سلسلة الصحافة والإعلام
(1)

العمل الإذاعي

ماهيته ..طبيعته ..مبادؤه



الدكتور

عيسى محمود الحسن

خبير إذاعي

كلية الصحافة والإعام

جامعة بغداد



العمل الإذاعي
ماهيته .. طبيعته .. مبادؤه

العمل الإذاعي
ماهيته .. طبيعته .. مبادؤه

الدكتور عيسى محمود الحسن
خبير إذاعي
كلية الصحافة والإعلام
جامعة بغداد

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية (2009/6/2013)

رقم التصنيف : 312.54
المؤلف ومن هو في حكمه : حسن ، عيسى
عنوان المصنف : العمل الإذاعي : ماهيته، طبيعته، مبادؤه / عيسى محمود حسن.- عمان : دار زهران 2008.
الواصفات : / الإذاعة// وسائل الاتصال الجماهيري// الاتصال /
رقم الإيداع : (2009/6/2013)
بيانات النشر : عمان دار زهران
* تم إعداد البيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطن

ISBN 978-9957-504-11-3 (ردمك)

المتخصصون في الكتاب الجامعي الأكاديمي العربي والأجنبي
دار زهران للنشر والتوزيع
تلفاكس : 5331289 – 6 – 962+، ص.ب 1170 عمان 11941 الأردن
E-mail : Zahranco@maktoob.com,zahran.publishers@gmail.com
www.darzahran.net

المحتويـــات

المقدمـــة

المقدمة :

لم يكن الإعلام من حيث هو فن ذا تأثير كبير على الرأي العام، ولكن التأثير المنظم للإعلام لم يظهر إلاً منذ فجر القرن العشرين حيث أصبح للإعلام مقوماته وميدانه، وظهرت فنون عديدة للإعلام وتكتيكات جديدة للأخبار ووسائل الاتصال بالجماهير.

ومن أشهر من لمعت أسماؤهم في الإعلام خلال الحرب العالمية الأولى اللورد نورث كليف الذي كان يعمل على إقناع الرأي العام بأنْ ليس هناك تناقض بين سياسة الحكومة الألمانية وبين وسائل الإعلام، حيث ربطها بالفن الإذاعي، ورأى أنه من الواجب أن يتم وضع نظام دعائي توضح فيه الأعمال وأهدافها ليس فقط للحاضر وإنما للمستقبل أيضاً.

وعندما انطوت صفحات الحرب العالمية الأولى برزت الظاهرة الإذاعية كتعبير عن الحياة الجديدة التي أعقبت هذه الحرب، وكتعبير عن رغبة الإنسان في الإفضاء إلى أخيه الإنسان، والاتصال به والتأثير عليه وجعله تحت سيطرته، ولقد تناولت الوسائل الإعلامية في ألمانيا على يد غوبلز كثيراً من الأساليب المختلفة التي تهيئ جواً أو تأثيراً على المستمعين، ومن هذه الأساليب خلق الوهم بالإجماع.

ويرى بعض الإعلاميين أن الإعلان عن الأعمال المقبلة ثم تحقيقها بالفعل في وقتها يعتبر براعة إعلامية، لأن ذلك أيضاً يربي في النفوس قواعد الثقة.

والإعلاميون الناجحون يرون أن من أسباب نجاحهم تقديم المعلومات الجديدة للمستمعين والمشاهدين والقراء، لذا فإنهم يعتمدون كثيراً على أنفسهم في الحصول على هذه المعلومات، فيقومون لأجل ذلك بجولات مختلفة في أماكن متعددة بين وقت وآخر في الداخل والخارج للحصول على المعلومات من مصادرها.

ويؤكد الباحثون أنه ليس صحيحاً أن الإعلام المنظم كفيل بالسيطرة على المتلقين وآرائهم حتى لو كان الإعلام قائماً على تغيير الحقائق، وإنما الصحيح أن

الإعلام يكون أكثر احتمالاً للنجاح إذا أمكن تغيير وجهة نظر المتلقي بالنسبة لموضوع معين دون تشويه الحقيقة في ذاتها.

وعندما انفجرت الحرب العالمية الثانية قفزت بالإذاعة المسموعة إلى المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام المختلفة حيث نشأ فن الإذاعة معبّراً عن عصر السرعة إذا استطاع هذا الفن خلال عمر قصير جداً أن يصل إلى هذه المرحلة وأن يثبت كفن ناضج وأصيل وهي له مقوماته وأسسه ومنهجه، وبعد أن كانت الإذاعة تعتمد على الصحف والمسرح والحفلات الغنائية والموسيقية فيما تقدمه لمستمعيها من أحاديث سرد وخطابات وأخبار ومسرحيات وغناء وموسيقى، استطاعت أن تخلق لنفسها أنواعاً جديدة خاصة من الفن إلى جانب الأنواع المختلفة وبرامج المنوعات والبرامج الموسيقية والخاصة والتمثيليات والمناقشات والدردشة، كما استطاعت أن تطور معظم الفنون وتصهرها وتخلق لنفسها منها صوراً خاصة بها، هي الصورة الإذاعية.

ثم بدأت تظهر الإذاعات الموجهة التي اختلف هدفها عن أهداف الإذاعات المحلية أو التي في داخل الوطن وتمثلت أهدافها في تعريف المستمع الأجنبي بالجهة التي تقوم بتوجيه تلك الإذاعة، وتبصيره بقضاياها ووجهة نظرها اتجاه مختلف القضايا الدولية والمسائل العالمية واكتسابه إلى جانب قضاياها وآرائها.

وفي هذا الكتاب الذي نتحدث فيه عن مبادئ العمل الإذاعي، حاولنا الوصول إلى هذه الأهداف كنتيجة بعد سلسلة من المقدمات الممهدة للوصول إليها، حيث ابتدأنا بالدعاية والرأي العام مروراً بوسائل الاتصال الجماهيري ثم تحولاً نحو أهداف الإذاعة وتنسيق البرامج وصولاً إلى الإذاعات الموجهة وبحوث المستمعين وذلك لتكوين فكرة عامة عن العمل الإذاعي وما هيته وطبيعته...

وهو ما هدفنا إلى الوصول إليه.

المؤلـــف

الفصل الأول

الدعاية والرأي العام

1. **الدعاية والرأي العام.**
2. **الإذاعة كوسيلة اتصال بالجماهير.**
3. **الكلمة المنطوقة والمكتوبة.**
4. **الصوت واللغة.**
5. **تصنيف الأصوات اللغوية.**
6. **علم اللغة.**
7. **الكتابة.**
8. **المسرح.**
9. **المطبعة.**

الدعاية والرأي العام

بداية لا بد من التفريق بين الدعاية والإعلام، فالإعلام يقوم على تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة، والأخبار السليمة، والحقائق الثابتة الصادقة، من أجل تكوين رأي عام مستنير، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير وروحها وميولها، وهو يخاطب العقل وليس الغرائز كما تفعل الدعاية التي تهدف إلى أغراض معينة تتسم بالتزييف، والعبث بالأرقام والحقائق والمعلومات، واستخدام الأخبار غير الصحيحة والمحرّفة والكاذبة، للتأثير على الناس بهدف تضليل الجماهير وخداعها من أجل السيطرة عليها واكتساب رأيها، رغم أن الدراسات أثبتت أن الرأي يتحدد عموماً بالأحداث أكثر مما يتحدد بالكلمات، ما لم تفسر هذه الكلمات ذاتها على أنها حدث. غوبلز مثلاً قد قفز بالوسائل الدعائية إلى درجة عالية من الفن، ونجح في إنقاذ الأمر بالنسبة إلى حزبه في عام 1932 حيث كان من نتيجة ذلك أن تولد الشعور لدى الرأي العام في ألمانيا بأن حزب غوبلز يلاقي نسبة تأييد إجماعي من شعب ألمانيا، وقد نجحت هذه المناورة في التأثير على الرأي العام، وكان غوبلز يسمي هذه الانتخابات التي تجرى في البداية بأنها انتخابات الطليعة، وكان يرى فيها أهمية بالغة في التأثير على الرأي العام.

والواقع أن الدعاية تستلزم وسائل مغالة لتنظيمها، ومن أهم هذه الوسائل الإعلام الذي يحتاج إلى جهد متواصل لإمداد جماهير المستمعين بالأخبار والأنباء التي يهمها معرفتها، والاهتمام بالواقع، وخواص القطاعات المختلفة من الرأي العام.

وكان غوبلز يهتم بشكل خاص بالإحصائيات، لأن لغة الأرقام كثيراً ما تغني عن التفاصيل التي قد تكون زائدة عن حاجة المستمع العادي، ولأنها تربي الثقة في النفس، حيث كان يعهد إلى تقديم الحقائق مبتدئاً بشرحها وشرح وجهة نظره لما كان يزمع أن يتخذ من قرارات تؤثر تأثيراً مباشراً في الرأي العام.

والدعاية علم كبير يتصل بمستوى غير عادى بالأحاديث والندوات والنقاشات، لأنها في معظمها دعاية متصلة بالرأي العام.

والدعاية مكروهة من قبلنا رغم أننا نقوم بها بشكل متواصل، ذلك لأنها كانت -وما زالت -مرتبطة دائماً بالأساليب الاستعمارية والامبريالية والصهيونية التي تهدف إلى إقناعنا بآراء وأفكار وقضايا ووجهات نظر معينة، لتحقيق أهداف وغايات تلك القوى المعادية العدوانية، وهذه المفاهيم إجمالاً ضد مصلحتنا شعباً وأرضاً ووطناً وحضارة وثقافة وتاريخاً وتراثاً، بينما كلمة "دعاية" في حقيقتها عبارة عن الأسلوب الذي يتبع لإقناع الآخرين لهذا يجب إعادة موقفنا العاطفي منها، لأنها شكل إقناعي فني تقنع به الآخرين.

ويحدد علم الدعاية نفسه فنية الأسلوب الذي به تتم محاولة إقناع الآخرين، فلقد تتخذ الدعاية أحياناً شكل حملة مركزة مثلما حدث أيام العدوان الثلاثي الذي استهدف قناة السويس، ومثلما حدث بالنسبة لما يسمى بمحاربة الإرهاب الذي استهدف أولاً أفغانستان والقضاء على طالبان والقاعدة رداً على أحداث الحادي عشر من أيلول / سبتمبر 2001 في الولايات المتحدة الأمريكية، وبالمقابل فإنه رغم الذبح اليومي والتصفيات الجسدية للشعب الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة على يد القوات الصهيونية الإرهابية، إلاّ أن الدعاية كحملة مركزة لحماية الشعب الفلسطيني لم تتحقق، بل بالعكس، فالطرف الآخر العدواني الإرهابي استطاع من خلال استغلاله ما يسمى بمحاربة الإرهاب كرد على أحداث الحادي عشر من سبتمبر أن يجعل الرأي العام وبخاصة العربي يلزم الصمت إزاء الجرائم الوحشية وعمليات الإبادة الجماعية، التي يتعرض لها الشعب الفلسطيني وانتفاضته.

كذلك قد تأخذ الدعاية شكل حملة بأسلوب يومي، كأن تكون من أجل احترام الناس للحرية والاستقلال، فهذه وغيرها أيضاً دعاية.

أما أدوات موضوع الدعاية فتتمثل في الأسس التالية:

1-الموضوع المقصود.

2-الوسيلة التي تمثل الفكر للآخرين.

3-مدى تأثير أفكار الداعية على الآخرين.

وفيما يتعلق بالموضوع فلا بد عند محاولة اختياره البحث أولاً فيه ودراسته والاقتناع به وبأبعاده وظروفه وذلك ببحثه ودراسته الدراسة الشاملة، حيث يتم التركيز على نقطة معينة مع عدم إهمال بقية النقاط، عندما تأخذ على سبيل المثال موضوع الإرهاب... ما هي النقاط التي يمكن وضعها في الاعتبار؟ وفي هذه الحالة من المفروض أن نناقش المواضيع التالية:

التعريف بالإرهاب، هل هو إرهاب الأفراد، أو الجماعات أو التنظيمات أم إرهاب الدولة؟ الأسباب الحقيقية لطرحه في هذه الظروف مع أنه ليس جديداً؟ من الذي يحتاج حقيقة لحمايته من الإرهاب؟ هل هو المعتدى أم المعتدى عليه؟

هناك فرق بين الإرهاب والمقاومة المشروعة للشعوب في مواجهة الغزاة والمستعمرين والمحتلين وما يقوم به هؤلاء من قمع وقتل وإبادة لتثبيت احتلالهم، هناك فرق بين ما يقوم به هؤلاء المعتدون من جرائم القتل والتدمير بكل ما يملكون من الأسلحة بما بينها المحرم دولياً، وبين الذين يمارسون النضال والكفاح المسلح للحصول على الحقوق واسترداد الأرض والديار والعودة إلى الأوطان، وهو ما تقرّه الكتب السماوية وتؤيده كل الأعراف والقوانين الدولية.

ويتم التفكير في هذه النقاط المطروحة حسب أهميتها بالنسبة للجمهور المستهدف بالدعاية، بحيث توضع في الاعتبار ظروفه السياسية، وحصيلة ما لديه من أفكار مكتسبة ومعرفة ما إذا كان قد تعرض لمثل هذا الإرهاب خلال مرحلة من مراحل نضاله في سبيل الحرية والاستقلال.

وفي مثال آخر حول موضوع الدعاية لتنظيم الأسرة في واحدة من البلدان المزدحمة بالسكان.. فإن النقاط التي يمكن وضعها في الاعتبار كالتالي:

تنظيم الأسرة يفيد الصحة، يزيد الدخل، يزيد درجة العناية بالأطفال، لا يتعارض مع الدين في شيء.

ويتم التفكير في النقطة حسب أهميتها، مع مراعاة توجيهات وظروف الجمهور الموجود والمستهدف بالدعاية، وتراعى أيضاً الظروف السياسية والاجتماعية والفكرية التي تحيط بالحملة الدعائية، وتوضع أول نقطة، كما تتأثر النقطة الملائمة للزمان والمكان ويتم التوجيه لنوع معين عنده من الناس ويجب أن يتجه موضوع الدعاية ليس فقط إلى عقول الناس بل أيضاً إلى عواطفهم.

عند محاولة الإقناع بالنسبة للجمهور المستهدف بالدعوة يكون هناك تودد له، فكلما تحقق نجاح ما في خلق علاقة معه خُلقت ثقة وخُلق تقبل، فيجب خلق علاقة شخصية مع المرأة بأن تقول لها بأنك حريص على صحتها، ومن الممكن لهذا السبب أن يأتي ابنك ضعيفاً عندما تكونين غير سليمة الجسم.

هذا فيما يتعلق بموضوع الحملة الدعائية الذي يتطلب دراسة كاملة، وكذلك دراسة المكان والزمان والظروف والنفسيات، ويتطلب دراسة السوق والعادات والتقاليد وكل المجتمع دراسة كاملة، وعلى هذا يتوقف نجاح جهاز الإعلام في الإذاعة.

الأمر الآخر، من الذي يقوم بالدعاية؟

قد يقوم بها فرد أو مجموعة أفراد يكونون وراء الفكرة الإعلامية المراد أعلام الآخرين بها.

والفرد من الممكن أن يكون ظاهراً أو غير ظاهر، بالنسبة للإذاعة عادة يكون معروفاً للجمهور فهو الذي يقوم بالعمل، ومهما كان الأمر في الإذاعة تتم الدعاية عن طريق فرد معروف، حيث كانت قد أجريت عليه دراسة قبل تكليفه، فهل هو مقنع للناس الذين يتجه لهم بالموضوع؟

مثال آخر... إذا كنا نريد أن نعمل دعاية للهجرة المعاكسة من المدينة إلى الدواخل، فكيف يتم الاختيار؟ هل يكون المرسل امرأة أم رجلاً؟ وهل الموضوع يهمهما أم لا؟

البدو عادة وكذلك أهل الريف يتقبلون من الرجل، ويسمعون للشخص المتنوّر، ولديهم الرجل المسنّ الكبير مقنع في الأحاديث أكثر.

كذلك فيما يتعلق بالشخص المكلف الذي تنقل عنه الرسالة الإعلامية والدعائية، فإن ظروفه يجب أن تدرس سواء كان رجلاً أم امرأة، صغيراً أم كبيراً، شكله مقنع أم غير مقنع ولا بد من معرفة في أي جانب يكون هذا الشخص مقنعاً، وبشكل عام يجب أن يكون المرسل مناسباً للرسالة الإعلامية الدعائية وللجمهور.

الأمر الثالث هو وسيلة نقل الرسالة الإعلامية، وذلك يكون بإحدى طريقتين:

الأولى: مباشرة ووجهاً لوجه، وبإقناع مباشر.

الثانية: غير مباشرة، مثل الإذاعتين المسموعة والمرئية وكذلك الصحافة.

وكل وسيلة لها مقتضياتها الخاصة بها، ولا يصح أن تتوه عند رجال الدعاية، فيجب أن يعرفوا الوسيلة وأن يلموا بها ويدرسوها ويعرفوا مقتضياتها الخاصة وطبيعتها وفلسفة العمل الإذاعي.

وكل هذا يحتاج إلى سياسات مستمرة، وإلى وسيلة سريعة لمعرفة الرأي العام بشكل يومي ودائم، إذ يجب أن تقاس حاسة الناس واستطلاع رأيهم، ومعرفة رد فعل الدعاية التي نبثها عند الآخرين.

يتحتم على الإعلاميين إذن أن يلمّوا بالدعاية ويدرسوها ويعرفوا كل ما يتعلق بها، خاصة وقد تأكد أنها أقوى سلاح في زمن السلم، ومن أقوى أسلحة الحرب في زمنه، وليس أدلّ على ذلك من الأثر الهائل الذي حققته الدعاية النازية التي كان غوبلز يشرف عليهما أثناء الحرب العالمية الثانية والتي كانت تتم عن طريق الإذاعة بصفة رئيسية.

وقد استفاد غوبلز في حملته الدعائية تلك من إحدى النظريات النفسية القائلة بأن الدعاية يكون لها أثر فعَّال على المستمع إذا كان يعاني من حالة من التفكير القلق، فاستغل غوبلز القلق النفسي الناجم عن الحرب في التأثير على الرأي العام في الدول المتحالفة ضد دول المحور مما كان له أكبر الأثر في الروح المعنوية للحلفاء.

إننا بحاجة إلى التأثير على الرأي العام العالمي، ولكن من خلال الصدق الإعلامي ومبدأ الإنصاف لأننا أصحاب حق ومظلومون، ففي الوقت الذي تصف فيه وسائل الإعلام نضال وكفاح الشعب الفلسطيني صاحب الحق المسلوب في وطنه بأنه إرهاب، تصف فيه جرائم القتل والإبادة الجماعية الوحشية، والتدبير واحتلال الأرض ونهب الممتلكات والأموال وتدمير المقدسات الذي يقوم به الصهاينة بحق الدفاع عن النفس والأمن، فوسائل الاعلام لا تتحرى الصدق والدقة والإنصاف لأنها تنفذ سياسات معينة لتحقيق أهداف استعمارية وصهيونية، والصدق الاعلامي يؤكد عدم اللجوء للخداع والتضليل والكذب، والخبر في وسائل الاعلام يجب أن تكون لديه قدسيته، أي أن تكون للحوادث عند وقوعها قدسية خاصة وأن تُعامل معاملة الحقائق التي لا تقبل التحوير والتزييف.

الإذاعة كوسيلة اتصال بالجماهير

المقصود بعبارة الاتصال بالجماهير هو نقل الفكرة إلى غيرك، إذ أن الإنسان يمتاز عن الحيوانات الأخرى بأنه يفكر ورأسه مليئ بالأفكار، حيث يفكر طوال الأربع والعشرين ساعة، فيتواصل تفكيره حتى وهو نائم لأن عقله لا ينام، ويستمر في التفكير الذي يظهر على شكل أحلام قد يتذكرها بالكامل أو يتذكر بعضاً منها أو شيئاً من حلم واحد فقط.

هذه الأفكار كلها سواء أكانت في اليقظة أم في النوم تبقى بلا قيمة إلاّ إذا انتقلت من صاحبها إلى غيره، وكلمة غيره لها وضع خاص في اللغة العربية، فرغم أنها اسم فلا يمكن أن تدخل عليها (أل) التعريف، لأن (غير) في اللغة العربية تسمى اسم

نكرة مطلقة، وتعريفه لا يتم إلاّ بإضافتها إلى شيء آخر مثل: غير ذلك، ولكن يجوز إدخال أل التعريف عليها في وضع واحد فقط وهو عندما تعني كل الأفراد عدا واحداً أو عدا فلاناً، مثل: انقل فكرتي إلى الغير، وإن كان الأفضل أن أقول "انقل فكرتي إلى غيري" ونقول "الوضع غير السليم" وهذا هو الصحيح، ولا يمكن القول أبداً "الوضع الغير السليم" فهو خطأ، المهم أن نقل الفكرة من شخص إلى غيره هو المقصود بكلمة وسيلة الاتصال، ولكي تنتقل الفكرة من شخص إلى آخر أو إلى آخرين لا بد من وسيلة تنقل بها هذه الفكرة، فما هي هذه الوسيلة لدى الإنسان التي ينقل بها أفكاره؟

إن أنجح وأهم هذه الوسائل كانت وما زالت اللغة... فبدونها لا يتيسر نقل الأفكار، ونتساءل: هل كان الإنسان منذ وجد على هذه الأرض يتكلم؟ أم كان قد أمضى فترة لا يستطيع فيها أن يتكلم ثم تكلم؟

عادة في البحث العلمي لا يحاول الباحث، بل البعض يعتبر أنه من الخطأ محاولة اللجوء إلى الكتب السماوية أي الدين فهو تصديق وإيمان، لا جدال فيه ولا نقاش، أما العلم فهو جدال ونقاش وفيه شك.. ومن خلال هذا الشك تكون المحاولة تلو الأخرى للوصول إلى الحقيقة، وبهذه الطريقة تحت الكثير من المحاولات العلمية لإثبات أن الإنسان كان يتكلم.

والكلام مسألة تتعلق بالصوت الذي هو تلك الظاهرة الطبيعية التي يميزها الإنسان بالأذن، التي هي العضو الوحيد الذي يتأثر بالصوت دون الحواس الأخرى، وقدرة الإنسان على السمع بهذه الأذن جعله قادراً على الكلام، ولنفترض أنه كان لا يتكلم، بدليل أن شعوباً ما زالت حتى اليوم تستخدم بعض الإشارات التي تُغني عن الكلام، فكيف نشأت الإشارات التي تُغني عن الكلام؟.. لعلها تكون ما تبقى من العصر الذي كان فيه الإنسان لا يتكلم ولا ينطق، حيث كان يستخدم الإشارات، أي يشير في عهد خرسه لنقل أفكاره إلى غيره، مثل هذه الإشارات ما تبقى في الإنسان من مقدرة على تحريك جلده كالحيوان، إذ من البداية حاول الإنسان التعبير عما يجول في خاطره وفي ذهنه وأفكاره وما يثير أحاسيسه ومشاعره، وما يحيط به مما يعنيه أو يهتم له، مغير

الإنسان في بداية وجوده وحياته عن كل ذلك بالرسم والتلوين على جدران الكهوف، أي أن هذا الكلام يعتمد على النظر، فيمكن أداؤه بالنقش على الطين، أو الحفر في الصخر، أو الرسم على الجدران، ثم على الورق، أو بالإشارة بالرايات أو الكشافات الضوئية، ولكنه في كل هذا يظل بعيداً عن علم الصوت، منعدم الصلة بجهاز الكلام وجهاز السمع، فهو يعتمد على ذبذبات من نوع آخر.

هذا كله كان قبل أن يتمكن من الكتابة بألآف السنين وفي الإمكان مشاهدة تلك الرسوم التي تركها الإنسان القديم في الكهوف وهي تروي حكايات صيده ومعاركه ومطارداته للحيوانات، بالإضافة إلى الملابس التي كان يرتديها والأسلحة التي كان يستخدمها.

وكان الإنسان البدائي يعتقد بأن للطبيعة لغتها التي تتكلم بها معه، وتحذره أو تهدده أو تخيفه، أو تشجعه، كالرعد والصواعق والرياح.. فالكل يتكلم بما في ذلك الطبيعة.

وإذا كان ذلك يعنى نقل المعلومات، فأغصان الأشجار التي تتمايل تدل على أن ريحاً هوجاء قادمة، وأيضاً السحاب الداكن السواد نذير عاصفة، وطبيعي أن تختلف لغة الطبيعة بهذا المعنى عن أي حديث أو تبادل للمعلومات بين البشر بل وبين الحيوانات ذاتها، لأن الأصوات الصادرة عنهم هنا هي أصوات ذات دلالة موجهة إلى مخاطب مقصود، ويعني بدراسة اللغات غير اللسانية، وهو علم يسمى علم "السيميوطيقا" ومعناه نظرية الإشارات والرموز، ويتناول أي نسق من الإشارات، أو لغة تستخدمها وحدات الكائنات أياً كانت طبيعتها.

وإذا توفر منهج دقيق وبسيط لتسجيل الحركات أو ما وراء اللغة كما يسميها علماء السيميوطيقا، أي صيغ بسيطة تشبه لغة الصيغ الكيميائية أو رموز الشطرنج، فإننا نستطيع أن نكون منها ما يكفي لعمل معجم ضخم للغة الإشارة التي يستخدمها كل شعب في الحديث بين أبنائه.

لقد كان خطيب الرومان المعروف "بشيشرون" منذ ألفي عام يُعلم الخطباء أن كل حركات الروح لا بد وأن تلازمهما حركات المعصم والأصابع والعينين وحركات الذراع المبسوطة على امتدادها والقدم التي تضرب الأرض بقوة وحركات العينين بخاصة، فالحركات مثلها مثل لغة الجسد يفهمها الناس على البعد ولقد بذل معلم الخطابة الروماني القديم جهده لجمع ما يمكن أن نسميه قاموس الحركات.

وقد استخدم الهنود الحمر الأمريكيون علامات النار في الليل للإبلاغ عن غرباء وفدوا إلى أرضهم، أو عن حيتان ألقى البحر بها إلى الشاطئ... إلخ.. أما الدخان فكانوا يستخدمونه كعلامة أثناء النهار، ويتألف شكل الرسالة من عدد مواقد النار، أو مواضع الدخان، وكذلك عدد هبّات الدخان التي يمكن التحكم فيها عن طريق إلقاء غطاء من الجلد فوق النار ثم جذبه ثانية، وتتكرر العملية حسب العدد المطلوب، وبذلك يتحدد محتوى العلامة الذي قد يفيد لاعلام القبائل الأخرى بما يقصده جيرانهم في دقة وتحديد، ولغة العلامات هذه هي لغة بصرية.

وعنى المصريون بالرموز التصويرية التي تعد أول الخطوات في اختراع الكتابة، فمكنتهم العلامات الصوتية بعد ذلك من أن يصبحوا أول من عرفوا الكتابة الحقة التي نشأت بين سكان وادي النيل قبل ظهورها في أي شعب آخر من شعوب العالم القديم.

واهتم المصريون أيضاً في عصر الأهرام بتسجيل مناظر مختلفة على جدران المقابر التي حول الأهرام، وبهذا كانوا أقدم شعب في العالم ترك لنا مناظر مصورة تكشف لنا عما كانت عليه حياتهم، ولذلك فإنه يخيل لزائرها كأنما انتقل به الزمن وأنه يجوس خلال بيوت أولئك القدماء، ويمشي في بلاد وادي النيل في الوقت الذي كان يبني فيه سكانه تلك الأهرام العظيمة، ذلك أن أهم الفنانين في ذلك العصر هم النحاتون الذين كانوا ينحتون من الخشب أو الحجر تماثيلهم ويلونونها لتصبح أكثر محاكاة للأصيل، وكانوا يصنعون في مكان العين بلوراً صخرياً يشع دائماً بنور الحياة بحيث كانت هذه التماثيل صورة صادقة لأصحابها، ووصل فيها الفنانون إلى مستوى

رفيع من الإتقان لم يصل إليه فنانون آخرون فيما بعد، مع أنها أقدم التماثيل التي جاءت مطابقة لصورة أحجامها في تاريخ الفن.

فالمصري القديم إذن توسّل باللغة البصرية في البداية من أجل الإعلام، وكانت بداية التطور في الكتابة على يد السكان القدماء في مواطن الحضارة في الشرق القديم، وهي وادي النيل، ووادي دجلة والفرات، ووادي (اليانج تسي- كيانج) فعرف المصريون الكتابة "الهيروغليفية" وعرف البابليون الخط المسماري الذي انتشر في أنحاء الشرق الأدنى، وعرف الصينيون ضرباً من النقوش الكتابية انتشرت في الشرق الأقصى، وما زالت لها سيادة فيه حتى وقتنا الحاضر.

فالإنسان الأول كما تقدم كان يعبّر عن أغراضه بنقش صور تمثل ما في ذهنه، وتطورت هذه الطريقة حتى وصل الناس في مراكز الحضارة المختلفة إلى التعبير عن المقاطع والكلمات بنقوش اصطلاحية.

وكان للمصريين الفضل الأكبر في الوصول إلى المبادئ الأساسية في الكتابة المنظمة، وذلك حين وقفوا إلى نوع من الحروف الهجائية، فالحروف التي تستعملها الآن معظم أمم العالم تنحدر كلها من مصدر واحد وهو الكتابة المصرية القديمة أو "الهيروغليفية" أي النقوش المقدسة كما كانت تسمى عند الإغريق.

وقد نقل الفينيقيون عن المصريين هذه الكتابة وتفرعت من الحروف الفينيقية سائر الحروف الهجائية في أوروبا والشرق الأدنى، ومن هنا بدأ الاتصال بالحضارة المصرية القديمة عن طريق الكتابة الهيروغليفية التي لا تتألف برمتها من إشارات تعبّر عن الفكرة كما اعتقدوا أزماناً طويلة، بل من أحرف تقرن بقليل من الإشارات الفكرية، ولا تكون هذه إلاّ ملاحق للأحرف ومعينة لها، وبديهي أننا إذا استطعنا الصعود إلى أوائل عهد الكتابة المصرية لوجدناها كغيرها من الكتابات الأولية، إشارات تعرب عن الأفكار، لأن الناس ابتدأوا في كل مكان بتصوير أفكارهم بالرسم، وكلما زاد تعقيد هذه الأفكار حل الرمز محل التمثيل المادي، ثم حلت الإشارة مكان الرمز، وهي صورة مختصرة، خذ مثلاً من الهيروغليفية، نجد أن الشعب المصري أخذ يعنى بداية برسم

العين عضو البصر، ثم استخرج دلالتها على اسم الفعل، فإذا ما تقدم ودخلت أفكاره في العموميات دل بالعين على المعرفة وبُعد النظر وما إليهما لأنها أقرب الدلالات إلى ذلك، فإذا دعته الحاجة إلى سرعة الكتابة لم يعد يرسم العين إلاّ دائرة ساذجة في وسطها نقطة، وبهذه الكيفية تخلص المصريون القدماء كغيرهم من الرسم البحت إلى الهيروغليفية ومن هذا إلى الكتابة اليدوية وهي على نوعين، الهيراطية التي وجدت على أقدم البرديات الديموطية وهي أكثر اختصاراً ووجدت بين عهدي الأسرتين الحادية والعشرين والخامسة والعشرين.

فإذن كان كل جماعة خطها الاتصالي الذي يتفق مع تركيبها وعلاقاتها الاجتماعية كما يقول العلماء المعاصرون، وهناك استنتاجات متعددة تثبت كيف تطور الإنسان وكيف دخل الحضارة.

يدعي بعض العلماء بأن الإنسان بدأ حياته آكل لحوم رمم، ذلك أن كل جسم حيوان أو إنسان يحتاج لغذاء، كان يبحث عن كل شيء يتعلمه في سبيل الحصول على لقمة العيش ويستمر عمله أربعاً وعشرين ساعة، وفي سبيل هذا التعلم كان بحثه متواصلاً وبشكل مباشر عن اللغة.

ولقد أدعى العالم "رالف ليفي" إن الإنسان كان يأكل الرمم في بداية حياته واستند في ذلك على أن الإنسان لا أظافره ولا أسنانه تساعده على أن يمسك بحيوان مهما كان صغيراً ويقوم بتقطيعه حتى ولو كان هذا الحيوان أرنباً، لذلك أقبل على صنع أي شيء من الأدوات تساعده على الصيد وعلى تقطيع الحيوانات، ليأكل لحومها بدلاً من البحث عن الرمم الناتجة عن الحيوانات التي يتم اصطيادها، وبعد ذلك أخذ الإنسان في تطوره في صنع الآلات التي يحتاجها لصيد الحيوانات وتقطيعها، فتمكن من اختراع أو صنع سلاح الحجر، ثم الأجهزة الآلية بعد ذلك، ويوجد كتاب اسمه "مليون سنة من عمر الإنسان" يعطي فكرة عن صناعة الإنسان البدائي للأدوات، ولكن لو فكرنا وتمعنّا في أعضاء جسم الإنسان بالمقارنة مع أعضاء جسم الحيوان قد نرى هناك نقصاً خلقياً وإن كان هذا النقص يعتبر ميزه عند الإنسان، فهو يمشي على قدميه مستقيم

القامة، الأمر الـذي ميّـزه عـن الحيـوان الـذي يمشي عـلى أربـع، فحقـق بـذلك خاصتين: الأولى أن بصره قـد ارتفـع واتسـع أفقـه، والثانيـة أن يديـه تحررتـا مـن حمـل جسمه واستطاع بهما إن يدافع عن نفسه، وأصبحتا حساستين تنقلان الإحساس... إلخ.

إن وضع الإبهام يختلف عن وضعه عنـد الحيوانـات، فهـو عنـد الإنسـان يشـبه الكماشة، وهذه أيضاً ميزه عند الإنسان في المقابل هي نقص خلقي عند الحيوان.

وأكبر وأعظم ميزه عند الإنسان هي العقل، فهو في تطوره الاجتماعي بدأ جامع قوت فكان يبحث عن الرمم كما ذكرنا ويبحث أيضاً عن الـثمار، ثـم بعقلـه اسـتطاع أن يخترع آلات الصيد ليصيد بها حيوانات أخرى، وأيضاً بعقلـه وفي ظـروف مناخيـة معينـة استطاع أن يكتشف الزراعة.

ولم يكن الإنسان مستقراً، حيث كان في حل وترحال من أجل الصيد، وأثناء ذلك استطاعت بعض المجتمعات والعشائر والقبائل أن تتحول إلى الرعي فأخذت تنتقـل مـن أجله وليس من أجل الصيد، وهناك فرق بين الصيد الذي يعني الإمساك بالحيوان، وبـين الرعي الذي يعني صيد الحيوان ثم تربيته.

وقد ثبت أن الإنسان في وقت من الأوقـات لم يكـن يعـرف العلاقـة بـين الـذكر والأنثى أو الولادة، ولمـا أدرك الإنسـان هـذه العلاقـة اسـتطاع أن ينتقـل مـن الصـيد إلى استئناس الحيوان ثم إلى استيلاده، وبعد أن كان جوالاً يترحل ويتنقل أصبح مسـتقراً وفي كل هذه الأطوار سواء كان جامعاً للقوت أو صياداً أو راعياً أو زارعاً مستقراً، فإنه كان في حاجة إلى معرفة أفكار الآخرين وفي حاجة إلى تعريف هؤلاء بأفكاره.

فما هي الأجهزة التـي كـان الإنسـان البـدائي يسـتخدمها لمعرفـة أو نقـل هـذه الأفكار؟

في البداية استخدم صوته وحده، ولم يكن هناك أجهزة لتوصيل أو إسماع صوته للآخرين، وسماع أصواتهم.

في ذلك الوقت كانت الأجهزة نوعاً من المنبر، أي شيء بارز يرتفع عن مستوى الأرض، هذا المكان المرتفع المسمى بالمنبر يجعل أكبر عدد من الناس يسمع الصوت سواء كان فوق صخرة أو فرع شجرة أو أي شيء بارز أو مرتفع من الأرض كلها تشترك في تسمية واحدة تعنى المنبر، ولا شك أن أثره آنذاك كان محدوداً لأن الصوت مهما ارتفع فلن يصل إلاّ إلى عدد محدود، ويمكن أن نتصور مثل هذا المنبر في مكان ذي مجتمع من الناس قليل ومحدود، فيؤدي مهمته كوسيلة اتصال، وإذ كان المجتمع أكثر اتساعاً من الممكن استخدام رسول نبعثه ليعتلي منبراً آخر كالأول يحاول من خلاله إسماع صوته للآخرين. ويأتي بعد ذك المنادي الذي يقوم بلفت الأنظار، ثم من الممكن استخدام طبل، أو مزمار للفت الأسماع فيقول الكلام الذي يريد أن يسمعوه.

وفي إفريقيا استخدم الطبل وحده لنقل الأفكار إلى الآخرين بما يشبه طريقة البرق "التلغراف" بجهاز موريس الذي يعتمد على النقطة والشرطة.

إن دقات الطبول لها معنى معين يفهمه كل المحيطين في المنطقة التي يستهدفهم فيها إيقاع ودقات الطبول ومن الممكن أن يصل إليهم الصوت وعلى مسافات واسعة ويشمل مساحات كبيرة.

وبعد التطور الذي وصل لما نحن فيه الآن فإن الإذاعة حالياً هي المنبر والمنادي والرسول وغير ذلك، وقلنا بأن المنادي يمكنه استعمال المزمار والنفير والطبل. والهيئة ذات الجرس لها أهمية في الإذاعة.

إن كل ما سبق من حديث عن توصيل الأفكار لدى الإنسان البدائي للآخرين هو مدخل للحديث عن الكتابة وهي الخطوة الثانية في تطور وسائل الاتصال بالجماهير أو نقل الأفكار، وعند مراجعة كتاب أصل الأشياء نجد أن الكتابة لها قصه تتصل أيضاً بتاريخ الإنسان وتطوره العقلي والاجتماعي فوق هذه الأرض.

الكلمة المنطوقة والمكتوبة

للكلمة منذ بداية التاريخ قد سيمتها، وأيضاً لها خطورتها، وقد جاء في إنجيل يوحنا عبارة تؤيد هذه الكلمة وهي "في البدء كانت الكلمة"، وكانت كلمة اللـه، ثم كان عبد اللـه.

وهذا يدل على ما للكلمة من أهمية، والكلمة أعمال قبل أن تكون أقوالاً، أو كلاماً، حيث تأتي الأعمال ترجمة للأقوال أو الكلام.

أمّا عندما قال أبو تمام بيته "السيف أصدق أنباء من الكتب" وهو يشير بهذا إلى فتح عمورية فإنه يقول بأن العمل أصدق من الكلام، ولم يقصد بذلك الكلمة الصادقة، وإنما جاءت في البيت بأن السيف أصدق من كلام المنجمين أو العمل والفعل هو أصدق من كلام هؤلاء، وهناك مثل انجليزي يقول بأن الأفعال تتكلم أكثر من الكلمات، وهذه العبارة في ظاهرها صحيحة لكن ينقصها شيء من الدقة والدليل أمثلة من الحياة التي عشناها ونعيشها، فقد تقوم حرب بسبب كلمة قد سيء فهمها وأدت إلى خلافات تصعدت أو تطورت إلى اشتباكات ومن ثم إلى حرب بالمعنى الواسع.

كلمة الديمقراطية مثلاً.. كل العالم يدعيها، ولكن كل طرف في هذا العالم لديه معنى وتفسير لغوى خاص لهذه الكلمة ويختلف في مغزاه عما لدى الطرف الآخر. كذلك كلمة الحرية لها وجهان أحدهما للخير والآخر للشر، وهي بلورة لأيديولوجية معينة في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، والكلمة الطيبة قد تفتح باب الرزق، فقال -$ -"الكلمة الطيبة صدقة"، أما الكلمة السيئة فقد تؤدي إلى الحرب والقتل والدمار.

إن كل ما سبق يدل على أن الكلمة لها قيمتها، وهي تقسم إلى قسمين:

1. الكلمة المنطوقة: وهي تصنع بالفم والشفاه واللسان والأنف وتدرك بالأذن، وهي تتبدد في اللحظة التي تخرج فيها، ما لم تستخدم الآلات لحفظها من الضياع، وهي محدودة الطاقة، تقوّى من أجل سماعها.

ولغة الكلام تقوم على استخدام الأصوات بمواصفاتها المعروفة بالإيقاع والنغم والنبر، وهي لها سرعات متفاوتة عند انطلاقها دون اعتبار للوقفات التي تكمن بين مفردات عباراتها، وهي قد تكون نشيطة أو عابثة أو قاسية أو شديدة أو ضعيفة أو غاضبة أو هادئة أو متعجرفة أو اقناعية وغير ذلك يعتبر مرآة صادقة كما يجول في خاطرنا أو ما تنطوي عليه مشاعرنا.

2. **الكلمة المكتوبة:** وتصنع باليد، وتدرك بالعين، وتحفظ وتبقى بقاء المواد المصنوعة، ويمكن نقلها محفوظة إلى أي مكان من العالم، وقد كانت الكلمة المكتوبة قبل بروز الإذاعات لديها فرصة للانتشار على مجال واسع بسبب نشرها في الكتب والصحف والمجلات.

أما الكلمة المنطوقة فكانت ضيقة المجالات بين المستمعين، تحتاج إلى جهد لنقل الأفكار، حتى حدثت الاختراعات التي جعلتها أقوى من الكلمة المكتوبة التي تنتشر، ذلك أنه تم التوسع باستخدام الإذاعتين المسموعة والمرئية إلى جانب استخدام الهاتف من قبل، وقد أدى ذلك كله بالكلمة المنطوقة لأن يتسع انتشارها، يضاف إلى ذلك أن كل الناس يسمعون، ولكن الكثيرين منهم لا يكتبون، وهم مستعدون لأن يستمعوا من أجل أن يفهموا.

من هنا نرى أن الكلمة المنطوقة تمتاز عن الكلمة المكتوبة بأن الجميع يستطيع أن يسمعها ويفهمها بعكس المكتوبة التي تحتاج لمن يقرؤها حتى يفهمها، وتتمثل خطورة المنطوقة بأنها تسمع عن طريق الإذاعتين المسموعة والمرئية، وهي بخلاف الكلمة العادية التي تكتسب أهميتها من خلال موقف معين قد حدث، فمثلاً لو قيلت الكلمة المنطوقة لمجموعة من الأشخاص في غرفة محدودة، فمن الطبيعي أن يكون تأثيرها محدوداً وبسيطاً بحدود هذه الغرفة، أما جهاز الإذاعتين المسموعة والمرئية فقد يستمع لهما في لحظة واحدة ملايين الأشخاص، مما يؤكد خطورة الإذاعة بشكل غير عادي.

وبينما جهاز الإذاعة قد يمثلان أي نظام في دول العالم، إلا أن جهاز الإذاعة يعتبر صديقاً أنيساً لطيفاً، يستأنس به الناس، وهذا يؤكد مرة أخرى أن للإذاعة

والكلمة المنطوقة المذاعة أكبر الخطورة، يضاف إلى ذلك بأن الكلمة المنطوقة إذا قيست بالكلمة المكتوبة فهي كلمة حيّة يستطيع الكل أن يفهمها ويفهم معانيها بسهولة.

وفي غير الإذاعة – المسموعة والمرئية -هناك أيضاً ما يعطي للكلمة المنطوقة قوة للتأثير على مستمعيها، فنبرات الصوت وإشارات الجسم وكل الحركات تؤثر فيها.

وفي الموقف اللغوي المعينّ قد يفهم من الكلمة المنطوقة عدة معانٍ حسب إلقائها والظروف التي تقال فيها، فالكلام بكلماته المنطوقة كالموسيقى تماماً فيه ارتفاعات وانخفاضات، فنحن نستطيع أن نضغط على كلمة فتعطي أداء معيناً ونضغط على كلمة أخرى فتؤدي معنى آخر. فالكلمة المنطوقة خطيرة لأن فيها الحياة وفيها الشخصية وأيضاً الموقف الذي يعطي الانطباع الشخصي بخلاف الكلمة المطبوعة التي تلتزم الدقة في التطوير دون أي افتعال كان، لذلك فهذه الكلمة عندما تتحول إلى منطوقة يجب أن نكون موضوعيين في نطقها وأن تكون خالية من الانفعالات، ولا تعطى الأهمية المعينة عند قراءة الأخبار، ولكن فقط تعطى الموضوعية.

والخلاصة أن الكلمة مقدسة في مضمونها وفي صيغتها، وأيضاً في شكلها، ويجب أن يكون الاهتمام بالكلمة المذاعة من ناحيتين:

أولاً: من ناحية المضمون والمعنى أو الفكرة.

ثانياً: من ناحية الصيغة واللفظ والشكل.

والذي يرسم مضمون الكلمة المذاعة هي الجهة الرسمية ولتكن الإذاعة أو سياسة الدولة، وهي التي تضع الخطة للقيم والمثل المعينة التي يمكن التعبير عنها بالكلمة المذاعة، وهذه المسألة تتعلق بسياسة الدولة أو على الأقل بسياسة المسؤولين عن الإذاعة. وإزاء ذلك على المذيعين أن يدققوا في اختيار المادة التي تذاع وأن يختاروا المضمون النظيف، والمعاني الإنسانية الكريمة التي تهدف إلى تهذيب السامع وتثقيفه أو حتى تسليته، علماً بأن التسلية بالكلمة النظيفة أهم وأقوى أثراً من الكلمة النابية.

ويعتبر المذيع أخطر من النظام الذي تتبعه الإذاعة، لأن هذا النظام يعطي الإطار العام فقط، ولا يستطيع إعطاء طريقة التنفيذ واختيار الكلمة، أما من حيث الشكل فهذه تقوم بدراستها مجموعة من العلوم أهمها في الوقت الحاضر الصوت وخواصه، الصوتية والصرفية والنحوية وهو مجال واسع وعريض.

الصوت واللغة

الصوت: ظاهرة طبيعية يميزها الإنسان بالأذن، العضو الوحيد الذي يتأثر بالصوت دون الحواس الأخرى، وهو أثر سمعي يصدر طواعية واختياراً عن الإنسان في الموقف المعني، وقدرة الإنسان على السمع جعلته يستطيع الكلام، فيخرج صوته من خلال مجموعة معينة من أعضاء جهاز النطق، والعملية لها ناحيتان: فسيولوجية عضوية، وكذلك طبيعية، فإذا تكلمنا من الناحية الفسيولوجية أي من ناحية نطقها ومخارجها وأعضاء النطق فإنه يتطلب دراسة أعضاء النطق ووظائف هذه الأعضاء. أما لو تكلمنا من الناحية الطبيعية من خروج النطق والتقاء الصوت بالأذن فإنه يتطلب دراسة تأثير الموجات الهوائية في الأذن ثم العملية العقلية الناتجة عن تأثير الذبذبات الهوائية في الأذن.

والناحية الأولى هي التي يجب أن تُعطى الأهمية خاصة عندما يتعلق الأمر بالإذاعة، ومن الأهمية بمكان دراسة أعضاء النطق في جهاز النطق عند الإنسان فهي قريبة الشبه بآلات النفخ الموسيقية، إذ أن النفس الذي يملأ الرئتين يصطدم عند خروجه في حالة الزفير بالأغشية المعروفة بالأوتار الصوتية داخل الحنجرة فيحدث اهتزازاً يتناسب مع قوة اندفاع الهواء وسعة الفتحة التي بين الأوتار الصوتية، وهذا الصوت يستحيل سماعه إلاّ عقب خروجه إلى الهواء عن طريق الحلق والفم والأنف المعروفة بمناطق الرنين، ولما كان لكل واحد من أعضاء النطق وظيفته الحيوية الأخرى فإن مصطلح أعضاء النطق هو مصطلح خاطئ فاللسان وظيفته الذوق والأسنان المضغ... إلخ.. وعلى هذا فإن أعضاء النطق هي تسمية مجازية فقط، ويبلغ عدد هذه الأعضاء ستة عشر، والكلام ليس وراثياً، وهو - كلغة - ظاهرة اجتماعية تتغير بتغير

المجتمع. وتقسيم أعضاء النطق هو تقسيم عرفي لتسهيل العمل، حيث أنها ليست منفصلة عن بعضها بعضاً، بل هي وحدة متكاملة لها وظائف إنسانية عدة، وبعض هذه الأعضاء قابل للحركة والبعض الآخر ثابت، فاللسان متحرك والأنف ثابت، وتحريك اللسان هو أخطر ما يؤديه الأعضاء.

-**الحنجرة:** عبارة عن غرفة تقع خلف ما يسمى "تفاحة آدم" وهي مكونة من عدة غضاريف، وخلف هذه الحنجرة توجد الأوتار الصوتية وهي في غاية الأهمية وهي عبارة عن وترين أشبه بشفتين ولها قابلية للحركة وتتخذان أوضاعاً عدة عند إصدار الأصوات، وما يهمنا منها هنا هو أربعة أوضاع:

الوضع الأول: وضع الذبذبة، وتكون بطريقة تجعل الوترين يتذبذبان بسرعة وبانتظام، وتسمى حالة الجهر، والذي يخرج حينئذٍ الصوت الجهور.

الوضع الثاني: وضع الهمس أو عدم الذبذبة بأن ينفرج الوتران انفراجاً تاماً بحيث يخرج الهواء بسهولة فلا يجعل الوترين يتذبذبان أو يتحركان، والصوت الذي يخرج هو الصوت المهموس.

الوضع الثالث: وضع الوشوشة، وهو لا يهمنا في هذا المقام.

الوضع الرابع: وضع همزة القطع، حيث يخرج الهواء من الرئتين فينغلق الوتران انغلاقاً تاماً لفترة قصيرة جداً ثم ينفرجان فجأة وبسرعة، وهذه هي حالة همزة القطع العربية. ومن هنا لا نستطيع القول أن الهمزة مجهورة أو مهموسة.

- **البلعوم:** وهو مكان بلع الطعام ولا عمل له بالنسبة للكلام.
- **لسان المزمار:** له وظيفة حيوية فقط، ويشبه الشفة عند الإنسان، وعملهُ قفل المزمار حتى يمنع دخول الطعام للقصبة الهوائية.

- **جذر اللسان**: أو أصوات اللسان، ولا توجد لـه وظيفـة ولكـن يتصـل بمؤخر اللسان.
- **مؤخر اللسان:** له عملية معينة مهمة وهـو إخـراج مجموعـة معينـة من اللسان عند اتصـال الحنـك بـالجزء الخلفـي مـن الحلـق فتخـرج كلمات عربية معنية.
- **وسط اللسان: مقدم اللسـان:** لإصـدار مجموعـة معينـة مـن أحـرف اللغة العربية.
- **طرف اللسان**: ذلق اللسان: "الطرف المدبب".

وقد سميت اللغة نفسها باسم اللسان توضيحاً لأهمية اللسان العربي.

- **الحلق:** منطقة كبيرة متصلة بالبلعوم ويوجد مكان معين تخـرج منـه بعض الأحرف العربية عندما يضيق.
- **الحنك:** عبارة عـن الجـزء الأعـلى مـن سـقف الفـم وهـو مهـم جـداً والتقسيم جاء تقريباً للتوضيح. ويوجد في نهايتـه جـزء صـغير اسـمه اللحصاة، ومن عند التقاء جذر اللسان ومؤخر اللسان مع هذا المكان من الحنك يعطينا القاف العربية الفصيحة.
- **الحنك اللّين:** من أقصى الحنك أي الجزء الخلفي منه إلى وسط الحنك أو الحنك الصلب وهو يشمل حتـى مقـدم الحنـك ويسـميه العـرب الشجر وهو الذي فيه تعوجات وخطوط.
- **مقدم الحنك وأصـول الثنايـا – اللثـة:** وهنـاك الثنايـا العليـا والثنايـا السفلى، ولها دخل كبير في إخراج بعض الألفاظ العربية.
- **الأسنان العليا والسفلى:** لها دخل كبير في إخراج الألفاظ العربية.

- **الشفتان:** لها أهمية ضخمة في الأصوات خاصة في الحركات وتحديد نوع وضع الشفتين بالنسبة للحركات.
- **فتحة الأنف:** التجويف الأنفي ويسمى حجرة الرنين وهي للنون والميم.

ومناطق الرنين في صوت الإنسان لا تغير درجة الصوت ولكن تعمل كمحطات تقوية فقط، أما طبقة الصوت فتحددها ذبذبة الأوتار الصوتية نفسها، وتقوم تجاويف الرنين بعملية التضخيم والتفخيم، ويؤثر الفم على صفته النوعية لا غير.

وتتوقف درجة أو طبقة الصوت على التردد أو عدد الذبذبات في الثانية، وهي تتعلق بحجم الأوتار المعرضة للنفس الخارج من الرئتين، وكلما زاد عدد الذبذبات في الثانية ارتفعت درجة الصوت، وكلما قلّت انخفضت درجته، وقد عرفت الأصوات ذات التردد العالي بأنها أصوات الجواب، أما ذات التردد المنخفض فقد عرفت بأنها أصوات القرار. ويتراوح التردد عند اللسان بين ست عشرة ذبذبة وثلاثة آلاف وثمانمائة ذبذبة في الثانية، ومتوسط التردد في معظم الآلات الموسيقية يتراوح بين أربعين إلى أربعة آلاف ذبذبة في الثانية. وتعتمد شدة الصوت وقوته على سعة الذبذبة والقوة الدافعة للنفس الخارج من الرئتين.

تصنيف الأصوات اللغوية

تقسم أصوات أي لغة على وجه عام إلى قسمين رئيسين هما:

1-الأصوات الصامتة: "الباط".

2-الأصوات الصائته، وهي أصوات الحركة والرنين.

فعلى أي أساس تم تقسيم أصوات اللغة؟ وما هو أساس الفرق بين القسمين؟

الأساس مبني على عوامل عدة أهمها كيفية مرور الهواء في الفم حال إخراج هذه الأصوات، حيث إن تجاويف الحلق والأنف والفم هي التي تضفي صفة السمع على

الأصوات الأولية التي تتكون في الحنجرة نتيجة لاهتزاز الأوتار الصوتية، بينما الفم هو التجويف الوحيد الذي يقدر على الحركة والتشكيل في أوضاع مختلفة، وتنسب مخارج الألفاظ إلى أعضاء الفم التي تمر فيها، وقد اتفق علماء الأصوات على أن ما يسمى بالحركات هي الأصوات التي تحدث حال النطق بها أن يمر الهواء من مجراه من الحنجرة وبقية الأعضاء ومن الفم بالذات، حراً طليقاً دون أن يقف في طريقه أي عائق أو مانع من أي نوع وخاصة هذه الحركات.

كذلك فإن الأوتار الصوتية تتذبذب حال النطق بها، وعلى هذا فالحركات كلها عادة أصوات مجهورة، وبهذا تتضح طبيعة القسم الثاني، فنقول: إذا حدث حال النطق بالصوت إن وجد عائق من أي نوع سواء كان العائق تاماً، كما في التاء والدال أو جزئياً كما في كثير من الأصوات مثل الغين والخاء، إذا وقع هذا العائق سواء كان كلياً أو جزئياً فإن الصوت يعد صوتاً صامتاً "ساكناً" وهذه الأصوات قد تتذبذب معها الأوتار فتكون مجهورة وقد لا تتذبذب فتكون مهموسة.

وهناك مجموعة أخرى من الأصوات الصامتة وهي التي لا يخرج الهواء حال النطق بها من الفم إطلاقاً، وإنما يخرج مثلاً من الأنف فهذه الأخرى أصوات صامته "ساكنة" فإذا انطلق الصوت من فتحة المزمار دون أن يحدث اهتزازاً في الأوتار الصوتية يكون الصوت مهموساً، وإذا حدث فيها اهتزازاً يكون الصوت مجهوراً، ويعتمد ذلك على ذبذبة النغم الصاخبة.

وتنقسم الأصوات من حيث مجراها إلى شديدة ورخوة. والشديدة هي التي تندفع من بين الشفتين فيما يشبه الانفجار، أما الألفاظ الرخوة فتخرج خفيفة مثل الصفير بسبب ضيق مجرى النفس عند خروج اللفظ.

وأصوات الحروف الرخوية المهموسة هي: (ف، ث، س، ص، ش، خ، ح، هـ).

وأصوات الحروف الرخوية المجهورة هي: (و، غ، ذ، ظ، ز) أما الأحرف (ل، ر، م، ن، ع) فيطلق عليها الأصوات المتوسطة التي لا هي بالشديدة ولا بالرخوية.

وأصوات الشدة المهموسة هي: (ب، ر، ض، ج، ق، أ).

وأصوات الشدة المجهورة هي: (ب، د، ص، ج).

وتقسم هذه الأصوات من حيث مجراها إلى:

- أصوات أنفية.
- أصوات شجرية، وفيها ينحبس النفس في وسط الفم وينفذ من أحد جانبي اللسان أو منهما معاً مثل "اللام" وأصوات التكرار مثل: "الراء" تصدر عن ذبذبة اللثاة أو طرف اللسان.
- أصوات الاحتكاك مثل "الفاء" نتيجة اندفاع النفس من مخرج ضيق.

ومن حيث المخارج تبّوب الألفاظ الصوتية إلى:

- أصوات مزماريه تتكون عند فتحة المزمار.
- أصوات حلقية التي تتكون في الحلق.
- أصوات لثائية تتكون باستخدام أدنى اللسان مع أقصى الحنك.
- أصوات حنكية: أدني اللسان مع أدنى الحنك.
- أصوات لهثيه: من بين طرف اللسان واللثة.
- أصوات أسنانية: من بين طرف اللسان والأسنان العليا.
- أصوات شفهية أسنانية: من الشفة السفلى والأسنان العليا.
- أصوات شفهية: ما بين الشفتين.

وتختلف أصوات اللين عن الأصوات الساكنة في أن الصوت يتخذ مجراه فيها في الحلق والفم دون أن تعترض طريقه حوائل أو موانع، وتخرج وكأنها أصوات انسيابية. والساكنة أقل وضوحاً من اللينة، ولهذا فإن صفات بعض الحروف هي: الجهر والهمس والشدة والرخاوة، وهناك صفات أخرى منها: الاستعلاء، وهو استعلاء طائفة

من اللسان عند النطق بالحروف، وعددها سبعة حروف يجمعها القـول (خـص ضغط قظ). والاستفال وهو عبارة عن تسفل اللسان وانخفاضه إلى قاع الفم عند النطق بالحرف، وحروفه جميع الحروف الأبجدية ما عدا الحروف السبعة المستعلية والاسـتفال يعني انخفاض اللسان عند خروج الحرف عن الحنك الأعلى إلى قاع الفم، والإطبـاق هـو عبارة عن تلاصق ما يحاذي اللسان من الحنك الأعلى على اللسان عنـد النطـق وانحصـار الصوت بينها، وعدد الحروف أربعة وهي الصاد والضاد والطـاء والظـاء، وأيضـاً الانفتـاح ويعني انفتاح ما بين اللسان والحنك الأعلى حتى تخرج الـريح مـن بيـنهما عنـد النطـق بالحرف وعدد حروفه خمسة وعشرون حرفاً يجمعها هذا القول (مـن أخـذ وجـد سـعة فزكا حق له شرب غيث) ومعنى الانفتاح لغة الافتراق.

والصفير وهو صوت يشبه صوت الطائر يصاحب النطـق بأحرفـه وهـي الصـاد والـزاي والسـين وفيهـا قـوة بسـبب صـفيرها، وأخـيراً القلقلـة وهـي **لغـة:** التحريـك والاضطراب، **واصطلاحاً:** صوت زائد قوي يحدث في مخرج الحرف السـاكن بعـد ضـغطه حتى يسمع له نبره قوية، وعدد حروفه خمسة يجمعها القول (قطب جدٍ).

علم اللغة

لقد وجد علماء اللغة في الآية الكريمة من القرآن العظيم (وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا). إن فترة مضت لم يكن فيها الإنسان قد نطق، وبذلك يرى البعض أن ما قيل علمياً لم يخرج كثيراً عن الكتب السماوية، والإنسان عندما أصبح يتكلم أصبحت لديه أصوات، حيث إن الصوت الواحد يتكرر بنفس نغمته ليعني معنـىً واحـداً، وقـد بـدأ معجـم أو قاموس الإنسان متواضعاً قليل الكلـمات، وقـد تسـتعمل الكلمـة للشيـء وعكسـه مثـل أسماء الأرداف كأعمى وبصير والسياق هو الذي يعطي المعنى المطلوب، وأخذ القاموس المتواضع يتسع وتكثر مفرداتـه، ومـا زالـت مفـردات كـل لغـة تـزداد عـلى مـر السـنين، فالإنسان يصنع أشياء ولا بد من أسماء لها، والمهـم في اللغـة أنهـا صـوت يتكـرر بنفسـه ويعنى شيئاً معيناً بنفسه.

وعند الوصول إلى هذه المرحلة أصبح الإنسان وسيلة نقل الأفكار إلى غـيره هـي هذه الأصوات التي هي وسائل الاتصال لنقل الفكر.

والإنسان البدائي أو الأول كان يعيش بشكل تام في فراغ علمي، لم يكن يستطيع أن يجد سبباً لكل شيء من الظواهر التي تحدث، لدرجة أنه لم يتمكن من معرفة وجود الطفل في بطن أمه الأنثـى، وكـان هـذا الإنسـان لا يعـرف أسـباب الفيضـانات والزوابـع والعواصف والأمطار والصيف والشـتاء والصـواعق والـبرق والرعـد والـزلازل والبراكـين... وكان يعزو كل شيء للغيب، أو في وقته كـان يعـزوه إلى أرواح شريـرة أو خـيّرة إلى أرواح شريرة تريد القضاء عليه وأرواح خيرة تعطـف عليـه. ومـن هـذا البـاب أوجـد الإنسـان لنفسه حلاً ومخرجاً. وكأنه يستطيع التحكم في الظواهر الطبيعية التي يعزوهـا لـلأرواح الشريرة والخيّرة وقد أطلق على هذا الباب اسم السحر الـذي بقـى اسـتخدامه مسـتمراً حتى اليوم وحتى في أكثر المجتمعات تقدماً أو رقياً.

إن معرفة الإنسان بلغة الكلام سابقة على معرفته بلغة الكتابة، وإن من المؤكـد أنه كان قد طفر بلغة الكلام طفرات بعيدة الشأن من التقـدم والإتقـان قبـل أن تؤاتيـه الحيلة لاختفاء صبغة البقاء على كلامه بالنقش في الطين أو الرمل أو الخشب أو الصخر. ان تمشية الصورة مع المعنى هو الذي انشأ الكتابة تماماً مثل تثبيت الصوت مـع المعنـى الذي انشأ اللغة، والكتابة بالتصور معروفه من زمـن بعيـد ويمكـن رؤيتهـا عـلى المعابـد الفرعونية وهي المسماة كما ذكرنا بالهيروغليفية، وفي نفـس هـذه الفـترة كانـت الكتابـة المسمارية في بابل بالعراق.

أما كلمة هيروغليفية فهي تتكون من كلمتين يونانيتين معناهما الرسم المقدس، ومن هذا الاسم نعرف بأنها كانت قـاصرة عـلى الكهنـة الـذين كـانوا وحـدهم يمسـكون بالسحر، وهذا هو الذي ورد عن الفراعنة، فهم يمارسون السحر الذي كان يمـارس في كـل مكان حتى في بابل، ولدى جميع البشر أصبح السحر يمارس الآن كالعلم، وهـذه الكتابـة السحرية ما زالت لها قدسية ليومنا الحالي فكثـير مـن النـاس يستشـعر الخرافـات، وإذا وجد ورقة عليها كلام تخلله اسم اللـه أعجبه، لأن الكتابة لها في

قلوب البشر نوع من الرهبة منذ العهد القديم، إن الحضارة المصرية لم تتخذ من الهيروغليفية كتابة للحفر والزينة على المسلات والعهد وحوائط القبور والجرانيت كما يظن البعض، وإنما كان المقصود بها نمطاً اتصالياً يتساوق والطابع الديني لهذه الحضارة.

فالإنسان استطاع إذن أن يجد "المرئيات" قبل أن يجد "السمعيات" حيث بدأ بنقش باليد ثم بالرسم وانتقل إلى الصورة الفوتوغرافية ومنها إلى الشريط السينمائي ثم التلفزيون، فالتصوير والأفلام تنقل الصورة وتكررها كما تراها العين، ثم استطاع الإنسان أن يجد "السمعيات" فالفوتوغراف وجهاز التسجيل يجيدان الصوت ويكررانه كما تسمعه الأذن، غير أن الصورة أبقى أثراً في وعينا من الكلمة المطبوعة.

فالكتابة التصويرية والهيروغليفية للثقافات البابلية والمصرية والصينية تمثل امتداداً لحاسة الرؤية أعدت لتخزين التجربة الإنسانية وتيسير الوصول إليها، فكل هذه الأشكال تقدم تعبيراً تصويرياً لمعاني الشفاهية وهي تقترب بهذا الوصف من الرسوم المتحركة وتعبر عن عدد لا منتاه من معطيات وعمليات النشاط الاجتماعي.

والثابت حتى الآن إن فينيقيا هي التي اخترعت الكتابة بالأبجدية على الساحل الغربي للشام، خاصة في صور وصيدا، والحروف الأبجدية قامت على أساس مخارج الأصوات عند الإنسان، فاستطاع الفينيقيون عن طريق صلتهم بمصر وبابل وكلتاهما عندهما كتابة أن يبتكروا الحروف الأبجدية. وقد أخذت الحروف الأبجدية اللاتينية عن الفينيقية، وهذه الحروف جعلت الكتابة متاحة للجميع فكل واحد يستطيع أن يتكلمها ويكتبها، وقد فتح الباب أمام كل شخص ليتعلم الكتابة، الأمر الذي أخرجها من نطاق الكهنوت إلى النطاق الشعبي. وبعد ذلك اخترعت النقط التي فرقت بين الباء والتاء والثاء وبين الجيم والحاء والخاء وغيرها فاليونانيين اقتبسوا الأبجدية السامية ووضعوا حروف الحركة القصيرة التي تثبت الكلمة المتقنة، أما العرب فقد وضعوا النقط من أجل التفريق بين الحروف، والعرب لم يضعوا حروف الحركة القصيرة التي تثبت الكلمة المتقنة بل لجأوا إلى طريقة وضع التشكيل فوق الحروف منفصلاً، وهو

الذي يثبت اللغة، ومما سبق يكون العرب الحاليون قد اخترعوا التشكيل ووضعوا النقط. وكانت الكلمة التي تقرأ تبنى على معرفة الكلمة قبل نطقها وعلى استيعاب النحو والصرف وسلامة الفصحى التي كانوا يتكلمونها بالسليقة. وقد أخذت اللغة في الذبول، في الوقت الذي كان من المفروض أن تنمو وتتطور ولكن باختراع الحروف الأبجدية تطورت وسائل الاتصال بالجماهير.

الكتابة

بهذا التطور إلى المجالات الأوسع برزت الكتابة في المجال القديم وذلك بظهور الكتاب، وهذا الكتاب له مخطوط يسمى بالصحيفة القديمة جداً في التاريخ العربي تصل إلى ما قبل الإسلام، حيث كانت هذه الصحيفة تعلق على باب الكعبة، ومنها قصائد تختار في مهرجان سنوي يقام في أرض الحجاز بين نخلة والطائف، وذي المجاز يسمى سوق عكاظ تجتمع فيه القبائل عشرين يوماً ويتنافس فيه شعراؤها حيث يعرضون أحدث قصائدهم في التفاخر والحماسة والمجادلة، وقد سميت هذه القصائد التي اعتبرها النقاد أروع ما نظمه الشعراء الجاهليون بالمعلقات لأنها كانت تعلق على جدران الكعبة، كما سميت أيضاً بالمذهّبات لأنها كانت تكتب على الحرير بخيوط الذهب، وهذه المعلقات عرفت بالصحف.

وهكذا ظهر فن وسائل نقل الفكر والكتّاب والصحيفة والمعلقة وهكذا تغنى عن المنادي والرسول، ومن الممكن وضعها في مكان ما ليقرأها الناس، وجاء الكتاب ليكون أسرع في نقل الفكر للآخرين من المعلم الذي يقرأ على الناس من أجل تعليمهم، وأصبح هذا المعلم يتعلم من الكتاب وبما تعلّم منه يعلّم غيره.

لقد علمت الكتابة شيئاً مهماً في تاريخ البشر حيث بها بدأ التاريخ يدوّن، فلولاه ما عرف أن مصر كان فيها ملك واحد، وحّد بين الصعيد والوجه البحري، فلولا الكتابة ما كان من الممكن أن يوضع للبشر مثل هذا التاريخ الذي يعتمد على وثائق، وقبل هذا كان يعثر على آثار غير منسوبة إلى أحد بشكل محدد وكان هناك آثار ليس عليها نقوش ولا أي شيء يمكن تفسيره على أنه كتابه ويسمى ذلك "ما قبل

التاريخ" وهو علم ما زال حتى الآن يعتبر طفلاً بالنسبة للعلوم الأخرى وله أكبر الأثر في ظهور الكتابة التي تنقل الفكر من مكان لآخر أو من شخص إلى أشخاص آخرين، وذلك بتدوين الأفكار على مادة نسميها الآن الورق وكانت في القديم تدون على جلد الغزال وقحف النخيل وعلى العظام وفي مصر على البردي أو على حجر. ولم تكن الآثار فكرة تنقل ولكنها كانت تعاويذ وصلوات لتحمي الموتى. ونتيجة ظهور الكتابة ظهر ما نسميه بالكتاب وهو مجموعة من الصحائف فيه موضوع مطول أو موضوعات قد تكون متناقضة.

المسرح

لقد نقلت وسائل الكتابة المسرح أيضاً من الطابع ذي الصلة الدينية إلى ميدان جديد هو ميدان التأليف، حيث إن المسرح نشأ في اليونان نشأة دينية في الهواء الطلق، والواقع أنه إذا كان شيء ما قد ظهر في أثينا فلا بد وأن يكون قد نقل من جهة أخرى، هي مصر الفرعونية، والكتابة أعطت فرصة لمؤلفي الدراما والشعراء أن يؤلفوا أشياء لم تكن متبعة من قبل لم تكن في الأصل من التقاليد التي كانت تتبع، ودخل المسرح في ميدان جديد يسمى الدراما، وهي حادثة تتطور وتتشابك عناصرها وتتعقد وتصل إلى ما يسمى القمة، ثم تحل بشكل ما.

المطبعة

المطبعة تلت الكتابة، وهي اختراع أوروبي ألماني ظهر عام 1436 -1447، ولكن يقال إن الصين عرفت المطبعة قبل هذا بزمن طويل، وقد قام باختراع المطبعة في ذلك العام يوهان جوتنبرغ، ومن اسمها يمكن معرفة أن المطبعة تطبع شيئاً على شيء.

فإذا كانت النقوش الهيروغليفية والمسمارية لم تكن لها قاعدة لأنها كلها صور وفيها العنصر الزخرفي، فإن المطبعة لم تنشأ اعتباطاً بل للحاجة التي كانت تتمثل في أوروبا الوسطى التي تقع بين الشرق والغرب، حيث ان روسيا لم تكن محسوبة

آنذاك، لأنها براري قفراء لا يوجد فيها حضارة، أما في وسط أوروبا فقد كانت هناك تبادلات تجارية نشأت قبل التاريخ عندما كان الإنسان يبحث عن المعابد والتجارة.

ولقد أحدثت المطبعة ثورة ضخمة في وسائل نقل الفكر لأنها جعلت الكتاب المخطوط الغالي الثمن لصعوبة كتابته... جعلته كتاباً مطبوعاً سهل الإنتاج، فبدلاً من الكتاب المخطوط الذي تمكث عمليته نسخة أسبوعين على الأقل، أصبح يطبع بفضل المطبعة في دقيقة أو لحظة.

لقد كانت المطبعة في بدايتها ضعيفة، ولكن على مدى الأيام حدثت الاختراعات فساهمت في تطور الثقافة بشكل كبير.

والكتاب المطبوع جعل نقل الأفكار رخيصاً جداً بالنسبة للمنطوق معنى هذا أنه وسّع دائرة من يستطيع شراءه، فإذا كان المخطوط يشترى بمائة أصبح المطبوع يشترى بواحد على المائة، أي أن المطبعة وسعت عملية نقل الفكر، والكتاب باعتباره الوسيلة الجديدة لنقل الفكر بدأ أكثر ديمقراطية لأنه أكثر توسعاً في نقل الأفكار، أي إن المستفيدين منه أكثر من المستفيدين من المخطوط، وبدلاً من أن يتنقل الشاعر من مكان إلى مكان، وبدلاً من توزيع عدد قليل من المخطوطات أصبحت دائرة الكتاب المطبوع واسعة جداً.

وقد ظهرت في مجال الطباعة وسيلة جديدة لنقل الأفكار هي الصحيفة، أو المجلة، وإن كانت هذه المطبوعة قد نشأت متواضعة في الأسواق، إلاّ أن عائدها كان على المحرر والبائع والقارئ أكثر وأيضاً صاحب الجريدة والمجلة أو ناشرها، ورغبة منه في أن يحتفظ بها حاملها مدة أكبر أخذ في تضمينها بعض النكت ليتسلى بها القارئ، ولهذا الغرض ضمنّها أيضاً قصة وحكاية وكذلك الخبر، فما أنجزه الفن الصحفي عبر القرون الطويلة منذ اختراع جوتنبرغ المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر حتى الآن من استخدام للحروف والخطوط والرسوم والأشكال والصور لعرض الفكر الإنساني وتبسيطه للجماهير كان الصيغة الأساسية التي بنت عليها الإذاعة فنها المرتبط بالكلمة المسموعة والموسيقى والمؤثرات الصوتية وكذلك الإذاعة المرئية

المتحركة والمقترنة بالصوت والموسيقى، والفن الصحفي اشتقت منه سائر فنون الإعلام الأخرى بأشكالها وفنونها وأساليبها وطرائقها.

من هنا حين نشأت الأقسام الثلاثة أو الأربعة في الصحافة اتخذت منها الإذاعة أيضاً أهدافها التي ما زالت حتى اليوم وهي: الإعلام والتثقف والترفيه، إلى جانب التعليم والتعبئة والتوجيه.

وأهداف الصحيفة جاءت نتيجة متطلبات الناشر أو المحرر نفسه، حيث إن من أهداف هذا الناشر بيع أكبر عدد من الصحيفة وأن تبقى الصحيفة في يد الشاري أكبر مدة ليستطيع أن يقنعه بأن صحيفته هي الأحسن، وأن رغبة القارئ في أن يجد حاجة مفيدة قد تحققت، وذلك فضلاً عن أنها أدت هدفها الإعلامي، ومن ذلك تبلورت أهداف الصحيفة في الخبر والتثقيف والتسلية والإعلام.

والواقع أن المطبعة لم تخترع إلا لحاجتنا للصحافة، فتطور الصحافة جعلها تثبت الأهداف التي في مقدمتها الإعلام... والكتابة لم تكن لتظهر ما لم توجد اللغة التي هي أساس من أسس التحرير الإعلامي باعتبار أن الرسالة الإعلامية لا تقوم على اللغة وحدها، وإنما تقوم كذلك على استخدام اللغة في قوالب فنية وأشكال تحريرية تشمل الأسلوب والإقناع وتنظيم أجزاء القول جميعاً في بنية الخبر الإعلامي ذاته، وهذا يتطلب التمكن من ناحية اللغة لدى أي إعلامي في أي شعب من شعوب الأرض كوجوب تمكن الشعوب من الاستفادة مما حققه العلم من انتصارات يجب أن تصبح ملكاً مشاعاً للبشرية، أي أنه لا احتكار لوسيلة تعطى ميزة لشعب ما، دون أن تعطى لشعب آخر.

في كثير من بلدان العالم وبخاصة البلدان المتخلفة، يوجد واجب داخلي متعلق باللغة بشكل واحداً من أهداف الإعلاميين وما لديهم من وسائل الاتصال الجماهيري خاصة الإذاعة هو محاربة مرض مستوطن يتمثل في الأمية والعامية والجهل، فمن الواجب مثلاً لمواجهة هذا المرض الترويج لفكرة الذهاب إلى المدرسة، رغم أن الإقبال على المدارس كبير جداً ومنقطع النظير إلاّ أن هناك عدداً كبيراً من الأسر

لا ترسل أبناءها وبناتها إما لحاجة العمل وإما لعدم استيعاب أهمية العلـم في بناء الإنسان ومستقبله وحياته.

الخطوة الأخرى في ظهور وتطور وسائل الاتصال هي الكهرباء. وبالاستفادة منها ظهر التلغراف وذلك قبل ظهور الصحافة، وقد تحققت فائدته التي مـا زالـت كـما هـي حتى اليوم، وقد استخدم في نقل الأخبار المتعلقة بالصحافة من وإلى أماكن بعيدة والتي ما كان يمكن أن تتصل بها أن تنقل أخبارها إلى أي بلد بـدون اسـتخدام التلغـراف الـذي أصبحت المسافات بوجوده قصيرة.

أما الهاتف فهو كالتلغراف تماماً بالنسبة لنقل الأخبار، فلقد كان الاثنان مصـدراً سريعاً جداً لنقل هذه الأخبار ومعها الآراء ووجهات النظر، فـإذا كـان صـمويل مـوريس قد استطاع أن يخترع جهاز التلغراف عام 1836 الذي يعتمد على إحـداث صـوت نقطـة وشرطة فإن اغراهام بل قد تمكن بعد أربعين سنة من اخـتراع جهـاز الهـاتف "التلفـون" عام 1876بعد أن استطاع وضع نظرية الإرسال وإعادتـه، وكـان وزن أول جهـاز تليفـون أربعين كيلو غراماً، وبجهازي التلغراف والتليفون تمكنت الصحافة مـن الاتصـال بجميـع أجزاء العالم وأثر ذلك في وسائل الاتصال الأخرى.

وكان للكهرباء أثرها على الصحيفة من حيث طريق المواصلات وقد اسـتخدمت الكهرباء كقوة محركة للمطبعة، فتفاعلت فوائدها مع بعضها بعضاً، وما زالـت تتفاعـل حتى اليوم، فبالنسبة للصحيفة أصبح مصدر الخـبر ينتشرـ للعـالم كلـه والتوزيـع سريـع جداً، وجعلت الكهرباء كقوة محركة، المطبعة أسرع في الإنتاج وفي أقصر وقت.

بهـذا الشـكل أمكـن للصـحافة أن تتسـع رواجـاً ونشـاطاً، واتسـعت القاعـدة الشعبية التي استفادت من نشر هذا الفكر أكثر وأكثر، وأصـبحت الصـحف التـي تصـدر وتطبع بالملايين يومياً وتوزع منها طبعات متوالية.

لقد أثرت الكهرباء بشكل عام في كل وسائل نقل الفكر، فإلى جانب تأثيرها على الصحافة على سبيل المثال، كان لها تأثيرها على الهاتف، وتم الاستفادة منها في

تطوير سماعته كنوع من أنواع مكبرات الصوت، لجعلها مكبرات صوت أمكن أن تكون قاعدة للاستماع.

كما كان للكهرباء أثر كبير على المسرح كصوت ثم كضوء، فاستبدل الضوء بالمصباح الغازي الذي جعل المنظر يتضح أكثر، بالإضافة إلى التعبيرات وتجسيد البعد المكاني والزماني، وطورت الكهرباء ستارة المسرح فجعلتها تتحرك بها، وأدى ارتفاع الصوت بواسطة المكبرات إلى مضاعفة عدد رواده، تماماً كما حدث للمطبعة التي أثرت عليها الكهرباء فزاد عدد النسخ التي تطبع وانخفض سعرها واتسع نشرها فكثر قراؤها.

وأثرت الكهرباء على وسيلة اتصال جماهيري أخرى كانت تحبو... هي السينما التي كانت موجودة بشكل بدائي، فمن الممكن وضع مصباح الغاز خلف الشريط فتظهر الصورة، ولكن ليس بنفس القوة الناتجة عن استخدام الكهرباء، التي أثرت على قوتها ووضوحها وقدرة تسيير الآلة، كما قلب مكبّر الصوت "السينما" من صامته إلى صوتية ومتكلمة.

لقد نقلت الكهرباء وسائل الإعلام التي تنقل الفكر من النطاق الضيق جداً الذي أتاحته اللغة خلال عمر الإنسان إلى أعرض قاعدة موجودة في العالم، وكل ما هنالك أن هذه القاعدة تعرف الكتابة والقراءة وتحاول الاستفادة من جميع وسائل الاتصال الجماهيري.

وكانت الإذاعة خطوة أخرى من وسائل الاتصال الجماهيري التي لولا الكهرباء ما كانت لتسد الثغرة في هذه الوسائل لنقل الفكر على أوسع نطاق لا تقف أمامها العوائق ولا الحواجز ولا الحدود.

وإذا كان تطور وسائل الإعلام بالتلغراف والتليفون قد جعلها تصل إلى القاعدة الشعبية كلها، فإن الإذاعة هي الوسيلة الديمقراطية الكاملة لنقل الفكر، فالإذاعة المسموعة تصل إلى جماهير عريضة للغاية بصرف النظر عن الأمية أو الحالة التعليمية التي يكون عليها المستمع وبصرف النظر عن صغر السن أو كبره، ومثل تلك

الجماهير تزداد قابليتها للاستهواء فالمادة الإذاعية تصاغ بعبارات بسيطة يدرك معانيها المثقف وغيره، فضلاً عن إحاطتها ببعض الألحان الموسيقية أو تطعيمها ببعض الأغاني الخفيفة، وإذا كان من الميسور منع مواد الإعلام المطبوعة من دخول أية دولة فإن مادة الإعلام الإذاعية تستطيع اختراق الحدود، ومن ثم فإن آثار الإذاعة المسموعة لا تقف عند حد بالرغم مما قد تتعرض له من أساليب التشويق في كثير من الأحيان.

إن جهاز الإذاعة المسموعة يعتبر عند المستمع بمثابة الصديق أو الرفيق ويتحول في نظره إلى شخصية متجسدة تثير أحياناً وتريح أحياناً، وبالرغم من أنه رفيق ونافع ومفيد يكشف عن الأحداث وينبئ بأحوال الطقس ويرفّه عن الناس وخاصة سكان الضواحي والأقاليم، فإنه غير طفيلي، فبين المستمع وبينه مفتاح يفتحه فيتكلم، ويغلقه فيسكت.

الفصل الثاني

قصة ظهور الإذاعة

قصة ظهور الإذاعة

اخترع الإذاعة المهندس الكهربائي الإيطالي جوليلمو ماركوني حين وفق في نقل الموجات الإليكترو مغنطيسية عبر الأثير عام 1896، وذلك بعد أن تمكن من إدخال تحسينات على الإرسال التلغرافي اللاسلكي، فنقل الصوت بأجهزة خاصة اليكترونية كهربائية صوتية، كانت قد بقيت كل تجارب في العالم تشترك فيها كل أوروبا، فصدرت الكتب التي ترجمت إلى العديد من اللغات، بما فيها اللغة العربية، لأن الفكر واحد.

وتواصلت التجارب بعد اختراع ماركوني، حيث اشترك في هذه التجارب العلماء الغربيون، وحين نقول بأن ماركوني اكتشف في 1896 وهو شاب إيطالي ايرلندي عندما كان في الثانية والعشرين من عمره أن النقط والشرط يمكن أن تخترق الفضاء بدون أسلاك أو كابلات، اجتهد في اختراع الإذاعة وهو الاختراع الذي بُني على جهازه المسمى باسمه.

"وماركوني" كجهاز يقوم على تحويل الذبذبات الصوتية إلى الذبذبات الكهربائية إلى أي مكان، ثم القيام بالتقاطها مرة أخرى وتحويلها بعد ذلك إلى ذبذبات صوتية.

وفي عام 1912 التقط دافيد سارنوف الذي كان يعمل في شركة ماركوني الأميركية إشارة استمع إليها تفيد باصطدام الباخرة "تايتانيك" بكتلة ثلجية وأخذ يبث ما سمعه على العالم عبر جهازه اللاسلكي مستنجداً ببعض سفن الإنقاذ القريبة من مكان الحادث.

هناك فرق بين اختراع اللاسلكي أي الاتصال بدون واسطة مادية مثل السلك وبين الإذاعة "الراديو" كفن.. وإن كانت الصلة هي مجرد صلة، ولكن العجيب فيها أنها بدون واسطة مادية مثل السلك، فالإذاعة حل فيها الأثير محل السلك الموجود في التلفون.

وفي حوالي عام 1916 استطاعت إحدى الشركات الأمريكية أن تبني جهاز الالتقاط في صندوق صغير مبسط ويشبه جهاز الإذاعة (الراديو) الحالي.

وفي العام المذكور كانت انتخابات الرئاسة الأمريكية فأعلنت الشركة المذكورة أنها ستذيع نتيجة الانتخابات بحيث تصل النتائج إلى المذيع وهو بدوره يقوم بقراءتها خلال لاقط الصوت، وقد ركبت الأجهزة من قبل هذه الشركة في مختلف الأماكن بنيويورك لتجربتها.

وفي الحرب العالمية الأولى ازدحمت الولايات المتحدة الأمريكية بأجهزة الإرسال اللاسلكي دون أن يكون لها علاقة بالإعلام.

وعند الانتخابات الثانية عام 1920 كانت العملية قد تطورت، فالأجهزة انتشرت في جميع المدن الأمريكية، ففي ذلك العام أذاعت محطة (ك. د. ك. أ) في مدينة بتسرسبيرغ نتائج انتخابات الرئاسة، ولأول مرة يتلقى جمهور المستمعين أخبار هذه الانتخابات بواسطة جهاز الاستقبال (الراديو) وبذلك أخذ الإعلام السمعي يشق طريقه بقوة حين بدأ صوت الإنسان متمثلاً بالمذيع يقوم بوظيفة راوية للأحداث عن طريق أوسع انتشار من الإصغاء المباشر للإذاعة، بحيث يصل الإعلام الإذاعي إلى الجماهير في كل مكان محلياً وخارجياً.

وتكررت تجربة إذاعة الانتخابات الأمريكية مرة أخرى بنجاح أكبر وبدأت الشركات تتزاحم أكثر في عملية تنافس على الإذاعة، وبدأ بعض ذوي العقول التجارية استغلال جهاز الإذاعة.

وفي أواخر الثلاثينات بدأت وكالات الأنباء بتزويد محطات الإذاعة إلى جانب الصحف بالأخبار، في حين عهدت الإذاعة إلى إنشاء أجهزة خاصة بها لجمع الأخبار، وشغلت مراسلين خاصين بها.

لقد وجدت الإذاعة المسموعة بشكل كامل عام 1930 تقريباً، بينما الإذاعة المرئية وجدت عام 1936 تقريباً.

وتصف دائرة المعارف البريطانية الإذاعة بأنها النشر المنظم، أو الإذاعة للترفيه والإمتاع والإعلام والثقافة وغيرها لاستقبالها في آن واحد بواسطة جمهور متناثر على هيئة أفراد وجماعات بأجهزة استقبال مناسبة.

ولما كانت الصحف وهي الجهاز الإعلامي الأول قد ظهرت أمامها خطورة جهاز الإذاعة فقد فكر أصحابها أن يحاربوها، وظهرت فكرة أن يضعوا أيديهم عليها ويحتكروها، فأنشأت كل صحيفة كبيرة إذاعة استخدمتها في الإعلان عن المواد المطلوب نشرها في الصحيفة ويقال بأنها العناوين الضخمة في الصحيفة.

ورغم ذلك تبقى هناك صلات قوية بين الصحيفة والإذاعة بالرغم من اختلافها كوسيلتي اتصال بالجماهير، وهذه الصلات تنبع من الصفة المجردة للخبر الإعلامي، فبالنسبة للقراء الذين يركزون في مطالعاتهم للأخبار فإنهم يحبذون حيز الصحيفة، لما فيه من تفاصيل أكثر، وهناك الذين يفضلون الخبر السريع فيستمعون له من الإذاعة. فالذين يريدون التفاصيل في الأخبار لا يجدونها في الإذاعة، والذين يحبذون السرعة فهي لا تتوفر بالتأكيد في الصحافة مهما بلغ التقدم في آلات الطباعة ووسائل النقل، فالصفتان المذكورتان لا تستغنيان عن بعضهما بعضاً بل هما تكملان بعضهما، والخبر الإذاعي يشبه الخبر الصحفي من حيث المشاهدة، فالعين لا تشاهد الخبر كحدث إنما يوحي إلى الذهن، ووقائعه وأحداثه ومشاهده تدور في مخيلة المتلقي، وذلك فالخبر في وسيلتي الإعلام: الصحيفة والإذاعة سهل الاستقبال أو التلقي.

وللإذاعي في جهاز الإذاعة كما للصحفي في الكلمة المطبوعة حرية التحدث من داخل زمان ومكان معينين أو من غير زمان أو مكان، ويقوم كل منهما بدور الراوية المقبول الشخصية، وفي الخبر الإذاعي نجد هذا الراوية هو قوام الوسيلة، بل إن المذياع كان في أول أمره يعتمد على الراوية اعتماداً كلياً، وهناك عامل آخر يجعل الراوية الإذاعي يختلف عن الراوية الصحفي هو عنصر الصوت والموسيقي، ولقد كانت الأخبار حسب ذلك – من الناحية التاريخية -هي الرقم واحد في الإذاعة ففكرت بعض

الإذاعات في أن المستمع قد يفوته فتح الجهاز في الوقت المحدد والمعيّن وهي محرومة أيضاً من المستمع خلال فترة عمله، فكيف تؤثر فيه لتجعله يفتح المذياع ويستمع له؟

وهكذا اتفقت مع شركات الاسطوانات أن تذيع موسيقى، فأصبحت الموسيقى بذلك هي المادة الترفيهية الأولى في الإذاعة.

ثم تم التفكير في الإعلان عن سلعة تباع لكنها تحتاج إلى شخص يشترى، فمن هو الشخص الذي يستمع إلى الموسيقى والأخبار؟ فلو أنه تم نقل محاضرة من الجامعة فإنه يُستمع إليها من الطبقات المثقفة المرفهة وهي في ذات الوقت الأقدر على الشراء، وفعلاً تم تطبيق ذلك فزاد عدد المستمعين، لهذا فإن الثقافة أصبحت هي الدرجة الثالثة، أما الإعلان فلم يعد هدفاً في حد ذاته بل هو مصدر تمويل للإذاعة والصحيفة.

وفي دراسة لإتحاد الإذاعات العربية تحدثت فيه عن استقطاب الإذاعة لجمهور المستمعين لسهولة الاستماع إليها وشعور الجماهير بالألفة معها، وجاء في هذه الدراسة أن "الراديو" يتوجه شخصياً إلى المستمع بصراحة مطلقة، وهو يسرع في الإعلام، مما يجعل العالم يتضاءل عبر المسافات التي تتلاشى، الأمر الذي يجعل هذا العالم في حجمه كقرية صغيرة، يجعل الناس يتناقلون المعلومة فيما بينهم على هذا المستوى.

ولقد أخذ الراديو يلبي الرغبات والأذواق، فنجده في غرف النوم والصالونات والحمامات والمطابخ وداخل السيارات وحتى في جيوب الناس، فهو يخدم الأغراض الخاصة والفردية والعامة، وأصبح الخبر الإذاعي يتسم بالحيادية والألفة كأنه حديث شخصي مباشر بعيداً عن الخطابة والإسقاط.

وفي الكثير من بلاد العالم يعتبر جهاز الإذاعة المسموعة هو المصدر الوحيد للمعلومات التي تصل المواطنين، وبخاصة الذين لا يقرأون ولا يكتبون، وهو المصدر الوحيد للأعلام الذي يصل إليهم من الخارج، ويربطهم بالعالم الخارجي، خاصة من يعيشون في مناطق نائية بعيدين عن وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى.

وكان لأختراع جهاز الاستقبال المسموع (الترانزستور) وانتشاره الواسع وبسعر زهيد نسبياً أثره الهام في جعل استقبال برامج الإذاعة المسموعة من السهولة بمكان حتى في المناطق الفقيرة أو التي لا يوجد فيها تيار كهربائي.

وتنتشر حالياً الأقمار الصناعية في أجواء العالم وتبث البرامج الإذاعية المسموعة والمرئية داخل قارات الدنيا إلى القارات المختلفة حيث يتم التقاط الإشارات فيها وتضخيمها وبثها إلى مختلف الأجهزة المسموعة والمرئية.

الفصل الثالث

أهداف الإذاعة

1. **الإعلام.**
2. **التثقيف.**
3. **الترفيه.**

أهداف الإذاعة

تتطابق أهداف الإذاعة مع أهداف الصحافة، ومن أجل هذا ولأشياء أخرى يقال بأن الإذاعة ورثت الصحافة هدفاً وباباً، والحقيقة أن الإذاعة اقتبست عن الصحافة، ولكنها لم ترث، لأن الوراثة تكون عن الميت.

ومن حيث المادة فإن الخبر في الجريدة يقابله الأخبار في الإذاعة والمقال يقابله التعليق والبحث يقابله الحديث والتحقيق يقابله البرنامج الخاص والصورة تقابلها الصورة الصوتية، والتسلية بأنواعها تقابلها المنوعات والتمثيليات والصور الساخرة والقصص تقابلها قصة، وتزيد الإذاعة على الصحيفة في المواد التي تعتمد على الصوت، فبينما لا يمكن للصحيفة أن تنشر قصيدة صوتية فإن الإذاعة تنشر مثل هذه القصيدة الصوتية وهي الأغنية وكل هذا يعطى للإذاعة شكلاً لا يمكن أن يوجد في الصحيفة، والفن الإذاعي يقوم دائماً على محاولة قلب المنظور إلى مسموع أو تجسيد المسموع بحيث يرى هنا وهناك.

وأهداف الإذاعة – التي هي أهداف الصحيفة – هي الإعلام والتثقيف والترفيه، ووفقاً لكل وسيلة اتصال جماهيري ورغبات كل متلق يتم الحصول على الإعلام، والتثقيف، والترفيه، بالإضافة إلى التعليم والتعبئة والتوجيه إلاّ أن المريء يمتاز عن المسموع بأنه يصل للعين والأذن معاً، الأمر الذي يزيد من قدرته على التعليم والإقناع.

أما موضوع الإعلان فلا يعتبر هدفاً سواء في الصحيفة أو في الإذاعة، وإنما هو فقط نوع من التمويل، خاصة وأن الذي يموّل وسيلة الاتصال الجماهيري يستطيع أن يمتلك ويتحكم. ولا بد هنا من دراسة أهداف الإذاعة الثلاثة، الإعلام والتثقيف والترفيه.

الإعلام

هو أقدم شيء في الإذاعة، فبعد التطور الذي حدث في الإعلام تبلور بالمعنى الفلسفي إلى كل معلومة متغيرة من وقت لآخر.

وهناك تعريفات أخرى: فمنهم من يقول: أنه عملية موحدة على أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشرون في مناطق متفرقة.

بينما يقول تعريف آخر إن الإعلام هو شكل من أشكال الاتصال بالجماهير التي تضم الدعاية والإعلان والتعليم والعلاقات العامة والإمتاع الفني إلى جانب الإعلام.

ويعرفه آخر بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت.

والأخبار هي أهم المواد الإعلامية وهي أكثر معلومة متغيرة لأنها أحداث تتغير من وقت لآخر، والإعلامي الناجح هو الذي يتقن مهارة الاتصال من خلال نشرة الأخبار والتعليق عليها وتفسيرها وتبسيط المعلومات وتجسيدها وتقديم صور العالم وأحداثه بشكل واضح ومجسد ودرامي وفي أشكال خالية من التجريد أو الأكاديمية أو التعقيد، فعندما يقول المذيع، نذيع لكم على موجة كذا فهذا إعلام وعندما يقول الساعة الآن تشير إلى فهو أيضاً إعلام، ومع ذلك فإن الذي يحتاج إلى شرح ودراسة هو الأخبار بأساليبها الفنية سواء في مجال الصحافة أو المجال الإذاعي، فالفن الصحفي يحتوى على فصول من التحرير منها فن الخبر الصحفي والحديث والمقال والتحقيق وغير ذلك من فنون التحرير وقوالبه في الصحافة، كما أن الفن الإذاعي يحتوى على مجموعات أخرى مثل فن الخبر الإذاعي والحديث الإذاعي والتعليق والتمثيلية الإذاعية والبرامج الخاصة والثقافة وغيرها من الفنون، التي تمثل في مجموعها جوهر وسيلة الاتصال الإذاعية في وسائل الإعلام الأخرى، بينما ينقسم التحرير في الإعلام إلى قسمين هما: الأخبار والعالم وتشمل في التحرير الصحفي التحقيق والحديث، والحديث الخاص والمقالات الصحفية والمقالات الافتتاحية، وهي في التحرير الإذاعي تشمل البرامج المتنوعة كالبرامج الخاصة والثقافية والفنية والمنوعات وغيرها.

ويعرف الخبر بأنه ما يخرج عن محيط الحياة العادية المألوفة ويكون مدار حديث العامة والخاصة. وجماهير المتلقين لهم أن يختاروا وسيلة الاتصال الخاصة بهم

التي يتلقون منها الأخبار وذلك في إطار عصر الانتقاء. وفي ذلك يقول الخبير الإعلامي "ديبلورشرام" تستطيع أن تزيد من قيمة عنصر الانتقاء من خلال التقييم لمدى الفائدة المرجوة التي تعود عليك من قراءة الصحيفة أو من الاستماع إلى نشرة الأنباء ومن مدى الجهد الذي يتطلبه ذلك بالقياس إلى وسائل الاتصال الأخرى، ومن هنا يأتي دور المحرر الإعلامي فهو يستطيع أن يقوم دور معين لزيادة قيمة عنصر الانتقاء هذا لدى القارئ.

من جهة أخرى فإن المحرر يستطيع القيام بدور للإقلال من كمية الجهد المطلوب من القارئ، فمثلاً تستطيع الصحف أن تبرز في صفحتها الأولى إشارات أو تلخيصات عبارة عن سطرين يتضمنان العناوين أو بضعة أسطر تتضمن لب الخبر مع إحالته إلى قراءة التفاصيل في صفحة من الصفحات الداخلية.

وكانت الإذاعة قد بدأت تلعب دورها قبل الحرب العالمية الثانية، حيث أخذ الجمهور يستمع إلى تعليقات وتحليلات المعلقين السياسيين حول مقدمات هذه الحرب واحتمالاتها، حتى إذا ما نشبت هذه الحرب ازداد الإقبال على الاستماع لهذه التحليلات والتعليقات ولكل ما تبثه الإذاعة، والخبر الإذاعي يرتبط بالإذاعة التي تعنى إذاعة الخبر لينتشر مع الأثير إلى كل مكان فيذيع هذا الخبر بين الناس.

وجوهر الخبر الإذاعي المسموع هو الجوهر الإعلامي العام ولكنه من وسيلة الاتصال الإذاعي المسموعة يكتسب خصائص ومميزات مستمرة من طالع الوسيلة ذاتها.

وتعتبر كل البرامج الإخبارية من الأخبار، وهذا النوع من البرامج والقائم على الأحداث الجارية من الممكن أن يعد ويكتب من الخبر ذاته. وتهدف البرامج الإخبارية هذه إلى تحقيق الغرض الإعلامي بصفة عامة، وتدور حول الأخبار باختلاف أنواعها وأشكالها وتذاع في نفس وقت الأحداث، والبعض الآخر له صفة تاريخية أو علمية أو ثقافية، وقد لا يكون ذا صفة مؤكدة، وتقسم هذه البرامج إلى قسمين هما: برامج الأحداث المعنية، والبرامج الخاصة والتسجيلية.

وبرامج الأحداث المعنية هي نقل صورة واقعية للأحداث، مرئية أو مسموعة من مكان وقوعها وفي نفس الوقت الذي تقع فيه، أي النقل الفوري لهذه الأحداث، وفي حالة نقل الأحداث المعنية لا بد من إعداد نوع من الربط الوثيق بين طريقة تقديم بعض المعلومات التي تدور حول الحدث وحول الشخصيات المشتركة فيه وأيضاً المعلومات اللازمة لتكوين فكرة عامة عما يدور ثم بما يحتمل أن يجيء من أحداث أخرى.

والإذاعة المرئية أكثر تأثيراً من الإذاعة المسموعة في مثل هذا النوع من البرامج، وعادة ما يتم تسجيل مثل هذه الأحداث التي قد تستخدم في إعداد البرامج الخاصة.

وبرامج الأحداث المعنية هي تلك التي تغطي الأحداث الجارية التي تدخل في مجرى الحياة العامة بصفة فجائية وتحتاج إلى تغطية في الحال.

أما البرامج الخاصة فهي تلك التي تتكرر وتتطور وتنفذ بواسطة المذيع أو أي مقدم برامج آخر.

وبالنسبة لبرامج الأحداث المعنية فإنها تخلق وتتطور بعيداً عن سيطرة الأستوديو وإشرافه الذي قد يرسم للأحداث مساراً معيناً.

التثقيف

إذا كنا قد وصلنا إلى تطور الفكر من اللغة إلى الخطوة الأخيرة وهي الإذاعة المسموعة ثم الإذاعة المرئية كوسيلتي اتصال جماهيري لنقل الفكر، فإن أهم ما في الفكر هو الثقافة التي تعتبر الأقرب في معناها إلى التعليم، وهو الاسم الذي كان قد أطلق عليها في البداية، وإن كان الأقرب إلى معنى الثقافة هي التربية، خاصة وأن معنى الثقافة هو أن تكتسب أشياء أخرى لتزداد حصيلة المعلومات لديك.

إن الثقافة هي مجموعة المعلومات والمدركات التي تجعل شخصاً ما يعيش في عصره، بمعنى أنك لو استطعت أن تحيي أرسطو الآن فإنك ستجده أقل في مستواه التعليمي والثقافي من الشخص الذي يحمل الإعدادية، لأن الأخير يعرف أشياء وأموراً

مثل الحساب وغيرها، بينما أرسطو لم يكن متعلم في عصره هذا العلم، مع أنه كان وما زال يسمى المعلم الأول، وهذا خطأ، إذ كان يجب أن يسمى المثقف الأول، على أساس أنه في عصره كان لديه حصيلة مدركات ومعلومات أكثر من غيره، وهنا إذا حللنا المثقف بأنه مجموعة المعلومات والمدركات التي تحصّل عليها شخص ما في عصره فإننا يجب أن نضع خطاً تحت كلمة عصره...

ويوجد تعريف للثقافة بأنها كل ما أنتجه الإنسان من حضارة، وبعبارة أكثر دقة هي التعبير الفكري عن حضارة الإنسان ومدينته وتراثه، ومن ثم لا يمكن قصرها على الأدب والفن أو جزء منها.

لهذا فإن الهدف من الثقافة في الإذاعة هو أن يتحقق الارتفاع بالمستمع إلى العصر الذي يعيش فيه، بجميع ايجابياته وسلبياته وحسناته ومشكلاته.

وإذا قلنا بأن المعلومات والمدركات ناتجة عن العلم، فإن المعلومات هي التي تأتي أساساً بالمدركات والأفكار. والمثقف يجب أن يكون قادراً على التأثير في عصره وليس فقط أن يتأثر ويرتفع إليه.

المدرسة الانجليزية المتمثلة بهيئة الإذاعة البريطانية ال B .B .C خلفت لنا أن نسبة الترفيه يجب أن تكون في الإذاعة 65% والباقي هو للإعلام والتثقيف. وبقيت هاتان النسبتان حتى خرجت بعثات إلى الخارج وحدت الالتصاق بالإذاعة الغربية، وتأكدت هذه البعثات أن هاتين النسبتين غير ثابتتين وأنهما من الممكن أن تتغيران من وقت لآخر، فقد تزداد نسبة الترفيه أو تقل بالنسبة للتثقيف.

والسؤال هو: متى تقدم جرعة أو وجبة التثقيف للمتلقي؟

فالمتلقي موجود في المكان والزمان ويجب أن يراعى ذلك، فمثلاً إن فترة معينة كفترة الظهيرة لا يوجد فيها الكم الهائل من المتلقين أو المستمعين حيث يكون العدد قليلاً... فهل يعنى هذا أن يتم وضع مادة ثقافية دسمة لهذا المتلقي؟ والجواب طبعاً لا... لأنه يجب أن توضع مادة يحتملها المستمع في هذه الفترة.

متى تعطى نشرة إخبارية للمستمع؟

يتحدد هذا وفق دراسات تتعلق بالحالة النفسية والاجتماعية والاقتصادية للمستمع وبما لا يتعارض مع مواعيد النشرات الإخبارية في الإذاعات الأخرى وفي إطار التوجيه السياسي بالنسبة للعلاقة مع الدول التي تتبعها تلك الإذاعات.

وإذا كان التثقيف هو تزويد الإنسان بمعلومات وبمدركات تجعله يعيش في عصره وليس في العصر الماضي، فما هي المعلومات والمدركات الخاصة بهذا العصر الحالي؟

هذه المعلومات والمدركات لكي تفهم يجب أن تقارن بعصور ماضية، وللتحديد الزمني فقد وضُح القرن الماضي ثقافياً عام 1918 العام الذي انتهت فيه الحرب العالمية الأولى فما هي الثقافة التي أدت إلى الحرب العالمية؟

كل الدول الكبرى التي كانت تتولى شؤون شعوب أخرى اشتركت في الحرب، وكل الشعوب التابعة لهذه الدول الكبرى اشتركت أيضاً في الحرب، وهنا لابد من معرفة الثقافة التي كانت سائدة في القرن السابق للقرن العشرين وهو القرن التاسع عشر، لقد أدت تلك الثقافة أيضاً إلى نشوب الحرب العالمية الثانية.

ويلاحظ أن القرن التاسع عشر كان قمة عصر الاستعمار التحكمي أي الاستعمار بالقوة المسلحة، هذا الاستعمار التحكمي كان له أسس ثقافية تجعله مشروعاً وتجعله خيراً يلبس لباس الفضيلة، بحيث يجعل الغربي المستعمر الذي يسافر إلى الشعوب المتأخرة، رغم أنه مسافر لممارسة الاستعباد والاستغلال ونهب الثروات تجعله مرتاح الضمير وذلك لأنه يحس بأنه يفيد هذه الشعوب، لأنه يجعلها تحس بالنور الذي يعيش فيه الغرب، هذا هو الثوب الثقافي الذي كانوا يلبسونه ويعتبرونه فضيلة.

ومن الأسس التي بنيت عليها ثقافة القرن العشرين أفكار كارل ماركس التي جسّدها في كتابه الشهير "رأس لمال" وأهم ما فيه إن الذي ينتج هو الذي يجب أن تكون

له السيطرة على الحكومة. والفكرة إن شعور العامل أو إدراكه بأنه المنتج هو الذي يجب أن يحكم جعل بين البلدان التي فيها عمال صراعاً بين هؤلاء العمال من جهة ورجال أو أصحاب الأعمال الذين يملكون من جهة أخرى. وهذا الصراع أنصب على مواقع السلطة وقد ضغط أصحاب الأعمال وهم الطبقة الرأسمالية على العمال واضطروا أثر ذلك إلى الهروب فكان دخول هذا العامل الأبيض إلى المستعمرات.

"انيشتاين" أثرّ هو الآخر في ثقافة القرن العشرين، حيث أثبت أن الحقيقة نسبية، بل وحتى الحقائق الفلكية القياسية الثابتة نسبية ووضع النظرية النسبية الخاصة، وفسر ظاهرة الكهروضوئية بنظرية (الكم) ووضع العلاقة بين الكتلة والطاقة.

أما الشخص الآخر فهو "فرويد" الذي حاول تطبيق نظرية في تفسير نشأة المجتمع والدين والحضارة وتطورها، ونزع في كتبه الأخيرة سنة 1925 إلى نزعة ما وراء الطبيعة، وافسد ما قيل في الكتب واثبت أن الإنسان أصله حيوان مما خلق التنافس على المستعمرات وعلى عمليات الاستغلال والاحتكارات بين الأفراد وبين الشعوب، وساهم في جعل الحرب العالمية تقوم.

وقد ظهر رأي نتيجة هذه الحرب يقول بأنه يجب أن تلغى الحرب كوسيلة لحل المنازعات ففكروا في خلق شيء لتحقيق ذلك وكان هذا الشيء هو "عصبة الأمم" التي أنشئت كمنظمة دولية عقب الحرب العالمية الأولى بغرض حفظ السلام الدولي والتسوية السلمية للمنازعات الدولية وإنماء التعاون الدولي. ثم تطورت وحدثت تنازلات وبرزت فكرة جديدة هي التعايش السلمي ووضعت في الجهاز الدولي الجديد البديل عن جهاز عصبة الأمم وهو منظمة الأمم المتحدة التي أصبح ميثاقها نافذ العقول يوم 1945/10/24.

وقد أنشئت منظمة الأمم المتحدة لتحل محل عصبة الأمم في حفظ السلام وحل النزاعات الدولية وتحقيق التعاون الدولي الاقتصادي والاجتماعي.

منذ نشأة الإذاعة، كانت الموسيقى هي الكتلة الضخمة للترفيه الذي بدأت الإذاعة تستعملها كمادة للترفيه، على أنه سرعان ما اكتشف الإذاعيون أن هناك مواد كثيرة أخرى غير اللحن يمكن أن ترفّه وتدخل في كتلة الترفيه.

ولقد تأكد أن الترفيه في الإذاعات كان قد تطور من الموسيقى إلى المنوعات ثم إلى التمثيليات.

كانت إذاعة الشرق الأدنى البريطانية يترأس البرنامج العربي فيها الأستاذ محمد سعيد لطفي، وبصرف النظر عن اتجاهاته فقد ساهم في إنشاء وإعداد مواد الترفيه بالإذاعة عندما أخذ كتاب الأغاني وبدأ يعد ويؤلف التمثيليات التي ابتدأت مع الغناء، فكان هذا أول نوع من التمثيليات.

ومن السهل أن تتصور بواسطة مواد الترفيه أنك تستطيع أن تعطي فكره وتوجيهاً، ولقد فتح التوجيه بالكلمة باب التوجيه في إطار الأغنية ووضعت الأغاني لأغراض توجيهية.

وسائل الترفيه التي تطورت من الموسيقى والغناء إلى المنوعات والتمثيليات وإن كانت للرفاهية إلاّ أن فيها تثقيفاً لهذا فإن التمثيليات هي من جهة للترفيه ومن جهة أخرى للتثقيف.

ولقد استطاعت الإذاعات الحديثة أن تقدم عدداً كبيراً من البرامج المتنوعة والمحطات المختلفة حتى أصبح أمام المستمع مجال واسع للانتقاء والاختيار، وفقاً لحالته المزاجية، فأمامه الأخبار الجادة والتعليقات السياسية والبرامج الخفيفة والموسيقى والأناشيد والتمثيليات والندوات والأغاني وغيرها.

وقد دأبت بعض الإذاعات على تخصيص برامج جادة وأخرى خفيفة وثالثة ثقافية عميقة، ولو اعتبرنا العلاقة بين التربية والتثقيف بالنسبة للإذاعة مناصفة أي كحلٍ وسط نصفها للترفيه والنصف الآخر للتثقيف فمن الأشياء الترفيهية:

الموسيقى والمؤثرات الصوتية التـي تسـاعد عـلى فهـم المعنـى وإدراكـه وتقلـل الجهد الذي يبذله المستمع لفهـم المعنـى. وفـق الوسـائل لتسـهيل عمليـة الفهـم لـدى المستمع أن تكتب المادة بشكل بسيط وأن تكرر الفكرة بحيـث يـتم وصـولها للمسـتمع دون أن يبذل جهداً.

وإجمالاً فإن النص المكتوب إذا ما تظـافرت فيـه مـن حيـث المضـمون أهـداف الإذاعة الثلاثة واكتملت فيه النـواحي النفسـية باسـتخدام عنـاصر التشـويق فـلا بـد أن يؤدي دوره الترفيهي.

ويرى البعض أن النص الإذاعي مهما كان مضمونه أو الغـرض منـه فإنـه يكتـب من حيث الشكل ليفي بالاحتياجات التالية:

1. إثارة الاهتمام على الفور.
2. إما أن تتطور وقائع النص لتصل لذروة الموقف، أو أنهـا تهـتم بتنويـع مجالات إثارة الاهتمام في النص وغالباً ما تقوم بالأمرين معاً.
3. يكتب باللغة المشتركة التي يفهمها الناس على اختلافاتهم.
4. يكتب النص للحديث لا للقراءة ويجب أن يبدو تلقائياً.
5. مراعاة الذوق السليم.
6. يتبع في إطاره شكل المسلسلات.

وهذه القواعد تنطبق على مكانـة أنمـاط الكتابـة الإذاعيـة فنظـام الـربط عـلى سبيل المثال يقدم وينهى معظـم الـبرامج ويتـولى تقـديم الفقـرات المختلفـة في الـبرامج الموسيقية وبرامج المنوعات، إلاَّ أن المقدمة (الافتتاحية) تقوم بأكثر مـن مجـرد التقـديم، فهي تعد لتجذب الاهتمام بالبرنامج، وهي في حد ذاتها حديث مصـغَّر يـتلاءم وأسـلوب المادة المذاعة، ذلك أن لها افتتاحية وتقوم بإعطاء معلومات محددة وتصل لذوقها التـي تكون عادة اسماً مشتركاً في البرنامج.

الفصل الرابع

دراسة المستمع

1. **دراسة المستمع.**
2. **التشويش.**

دراسة المستمع

الإذاعة كوسيلة لنقل الفكر ليست وسيلة مثلى كما يتبادر إلى الذهن، ورغم أن لها مزايا كبيرة وضخمة إلاّ أن لها عيوباً أيضاً، فمن ميزاتها الكبرى أنها تخترق الجدران وتدخل البيوت وأبوابها وشبابيكها مقفلة، ومن مزاياها الكبرى أنها تعبر الحدود دون استئذان ولا يمكن أن يحول بينها وبين العبور أي حائل، بينما لو كانت صحيفة أو مجلة لأمكن منعها، أما الإذاعة التي تنقل الفكر عبر الأثير فلا يمكن منعها.

والميزتان المذكورتان للإذاعة يمكن أن تنقلبا إلى ضررين فدخولها أو اقتحامها الحجرات يعني أنها تقتحم أشخاصاً مختلفي الثقافات والأعمار ومختلفي الفئات في السلم العائلي وفيها من الأبناء والبنات الناجحين وغير الناجحين، وأنه من سوء التربية أن يستمع الأطفال لأشياء لا تصلح لهم، فيساء أدبهم وتسوء أخلاقهم، لهذا يجب أن تراعى الإذاعة ظروف كل المستمعين وأن الذين يسمعونها شخصيات مختلفة ويجب أن تنتج برامج تفيد الصغير والكبير ولا تخدش الحياء.

ولتلافي السلبيات التي تنعكس على المستمعين والمشاهدين، نتيجة ما تبثه الإذاعة من برامج قد لا تراعي أخلاقيات وقيم ومثل المجتمع والتوجيهات والظروف السياسية التي يمر بها أي بلد، فقد رأت كثير من الجهات المسؤولة أن يكون هناك نوع من الرقابة على المواد والبرامج الإذاعية قبل إذاعتها، وكثير من الإذاعات تتولى بنفسها هذه الرقابة، وتكون حذره عندما تتلقى هدايا من الإنتاج الإذاعي المتوفر حتى وإن كان بدون مقابل. وأيضاً من أجل هذا تفرض بعض الدول على الصحافة ما يسمى بالرقيب. وكانت الرقابة تؤذي المذيع والصحفي على السواء وتشعر كلاً منها أنه في سجن رغم أنفه وأن الرقيب عبارة عن سجّان، ولهذا السبب تم التخلص من الرقيب وذلك بوضع مصطلحات وأخلاقيات للإذاعة أصبحت دستوراً للعمل الإذاعي.

الإذاعة والتشويش

قلنا أن الإذاعة تقتحم الحدود بين الدول، فيمكن جداً لمحطة إذاعية أجنبية أن تقتحم هذه الحدود، وحتى لو كانت هذه الإذاعة حكومية أو تابعة لدولة ما فإنها تستطيع أن تذيع ما يسيء ويضر بشعب من الشعوب التي يوجّه إليها الإرسال.

إن القانون الدولي يمنع أن تستخدم إذاعة ما في الإثارة والتحريض على حكومة أو سلطة في أي بلد أجنبي، ومع ذلك، ورغم أن القانون الدولي يمنع هذه الإثارة إلاّ أنه ليس فيه شروط أو قوانين جزائية تؤدي إلى عقوبة نافذة، وإنما العقوبة الوحيدة هي العقوبة الأدبية، ولعلاج مثل هذه الإذاعات التي تضر ـ ومنها الإذاعات السرية التي لا تعرف الجهة التابعة لها وتستطيع أن تقول ما تشاء فإن الطريقة الوحيدة لتفاديها تكون بالتشويش.

إن الإذاعة ضيف غير مدعو، يقتحم الجدران والأبواب والحدود ويدخل بدون استئذان لذلك لا بد من التشويش عليه عندما لا يرغب فيه، وهناك طريقة للتشويش تساعد في إمكانية عدم سماع هذا الضيف الذي لا يستأذن في الدخول... رغم أن التشويش بحد ذاته يعد عملاً غير أخلاقي وممنوعاً، لذلك فإن الأنظمة تخفي عن شعوبها عملية التشويش، وإن كان التشويش قد أصبح في الوقت الحاضر شيئاً علنياً

إن ميزتي الإذاعة هما:

1-الدخول بها إلى أي مكان.

2-دون أن تكلف أي جهد.

وينطبق ذلك على المسموعة والمرئية في آن معاً، إذ ليس هناك جهد يبذل مثل الذي يبذل في شراء جريدة، إذ يتطلب ذلك الخروج إلى مكان توزيعها أو شرائها وقد لا تصل من مكان إصدارها إلى أماكن التوزيع إلا متأخرة أو قد لا تصل نهائياً إلى الأماكن النائية، أما بالنسبة للمتلقي سواء كان مستمعاً أو مشاهداً فإنه يمكث في بيته ليستمع بمقدار رغبته، فالإذاعة تستطيع اجتياز أية حدود خاصة بأي بلد آخر،

فالمتلقي إذن يريد من الوسيلة الجماهيرية عدم بذل أي جهد لتلقي ما يريد منها وفي أي مكان يتواجد فيه.

ويرى ويلبر شرام أن ذلك يتحقق من خلال ما يلي:

1. التوافر: وهو أحد هذه العوامل، فعندما تتساوى كافة الظروف الأخرى يقوم المرء باستخدام وسيلة الإعلام التي تتوافر له بحيث تكون في متناول يده، فلا يريد التحرك بعيداً عن مكانه للوصول إلى هذه الوسيلة ويا حبذا لو كانت هذه الوسيلة في غرفة نومه حتى لا يغادرها.
2. والزمن عامل له علاقة بمبدأ "أقل جهد"، حيث إن وقت الفراغ يأتي في أوقات معينة مختلفة بالنسبة لمختلف الأشخاص.
3. الأدوار الاجتماعية والعادات والتقاليد، تؤثر كذلك في اختيار وسائل الإعلام.

إذن فالمتلقي من مستمعي الإذاعتين المسموعة والمرئية يرى في وسيلة السهولة التامة لتلبية رغباته خاصة أنها تجتاز الحدود وتخترق الجدران حتى في غرفة نومه وهو على سريره.

وبالنسبة للإذاعة المرئية (التلفزيون) فإن لها ميزة عن الإذاعة المسموعة تتمثل في وجود الصورة وحركتها الحيّة مع الصوت رغم وجود فروق أخرى بين الإذاعتين المسموعة والمرئية تعطي تارة ميزة للمسموعة وتارة أخرى تعطيها للمرئية.

فبالنسبة للمسموعة يرى الدكتور إبراهيم إمام أنه بعد دخول جهاز الترانزستور استحوذت على مستمعين من نوع خاص هم غالباً الذي يسميه علماء النفس بالمنطوين أي الأشخاص الذين يميلون إلى الوحدة والانطواء على أنفسهم، فأصبح الراديو بالقياس إلى جمهوره وسيلة ليست للإمتاع فحسب ولكن للمؤانسة كذلك.

أما جورج بيرنز فيصف الفرق بين الإذاعتين المسموعة والمرئية بقوله "إن الفارق الكبير بين الأداء في الإذاعة المسموعة والأداء في الإذاعة المرئية هو أن الأخيرة تتطلب الصدق، فالإذاعة المسموعة هروب من الواقع، بينما برامج المرئية الجيدة هي الحقيقة الموضوعية ذاتها، والإذاعة المسموعة أيسر بكثير، لأن المستمع يخلق صورتك في ذهنه ويحدد بأحاسيسه هو رأيه فيك كيفما يريد.

ويرى مندلسون أن الإذاعة المسموعة تساهم في رسم الإطار النفسي للمستمعين إذ تهيئ برامجها الناس لليقظة والعمل والتفاؤل في حين أن برامج السهرة فيها تقوم بالترفيه والإمتاع، وأخيراً تخلق جواً من الاسترخاء والاستسلام للنوم، وبذلك تخلق الإذاعة جواً إيقاعياً لاستقبال يوم جديد بهمة ونشاط واستبشار، وتوديعه بارتياح وهدوء وسكينة.

والإذاعة رغم ميزاتها الضخمة لها عيوب، بعضها هندسي وبعضها أثيري وبعضها بشري.

أما الهندسي فينقسم إلى قسمين: أحدهما متعلق بغرفة البث (أستوديو المذيع) والآخر يتعلق بمحطات الإرسال. والواقع أن القسمين مندمجان يتولاهما جهاز واحد.

وغرفة البث (الأستوديو) يلحق بها أجهزة خاصة بتشغيلها، وكل هذا يمكن إصابته بعطب، كأن يقطع التيار الكهربائي وأن لا يعمل لاقط الصوت (الميكروفون) وكذلك يمكن لكل الأجهزة أن تصاب بالعطب، فالصوت يخرج من الميكروفون إلى أجهزة اليكترونية مثل مكبرات الصوت والمصافي، حيث يخرج من الجهاز الخاص بالأستوديو (غرفة البث) إلى غرفة المراقبة التابعة لهذا الأستوديو ثم إلى غرفة المراقبة الرئيسية بعدها إلى محطات الإرسال، عن طريق خطوط أسلاك (كوابل) وتنتشر عن طريقها في الأثير، وبعد ذلك تلتقطها أجهزة الاستقبال، فهذه الأجهزة كلها يمكن أن تصاب بالعطب أو العطل، وقد حدث تطور في النقل المباشر من المذيع أينما كان وجوده سواء في الأستوديو أو خارجه، في أي مكان ومن الميادين والشوارع والحارات، عن طريق وجود محطات إرسال متحركة لتغطية الأحداث ترتبط لاسلكياً مباشرة مع محطة

الإرسال، ومع ذلك لا يمكن تفادي الأعطاب والأعطال إلا عن طريق الجهاز الهندسي الذي يقوم بالصيانة. ولهذا يجب أن يكون هناك غرفة بث (أستوديو) احتياطية ليتمكن الجهاز الهندسي من ممارسة الصيانة.

ولكن قد يوجد ما يؤثر على الإرسال في الغلاف الجوي، إذ من الممكن أن الموجة الكهربائية وهي سابحة في الأثير تقابل موجات كهربائية ناتجة عن الأثير نفسه فتصطدم معها وتقتلها، فيجدر هنا القول بأنه إذا كان في الإمكان تلافي العيوب الأثيرية فإن التلاقي يكون لبعضها فقط، ومع هذا فإن العيوب الميكانيكية في يدنا والعيب الرئيسي هو الميكانيكي الهندسي.

أما العيب الأساسي بالنسبة للإذاعة فإنه ولا شك يكمن في المستمع، ولما كان الاستماع في البيت يعتبر هو الرئيسي لأن باقي أماكن السماع مشوشة والذين يأتون إليها قد يأتون دون ترتيب سابق وبالصدفة، وربما يكون قدومهم إليها ليس بهدف الاستماع، إذن فأنت لست على استعداد لأن تبذل جهداً كبيراً من أجل أن تستمع للراديو (جهاز الاستقبال)، بمعنى أنه لو وقع أي عطل لهذا الجهاز فأنت لست مستعداً لأن تبذل جهداً لإصلاحه، ولذلك يجب على العاملين في الإذاعة أن يفكروا كإذاعيين باستمرار بأن يجّدوا في العمل على أن تكون المادة المقدمة للمستمع في حالة تسمح له بأن يقبل عليها.

وجهد الإذاعيين يجب أن يكون في اتجاهين: أحدهما متعلق بصياغة البرنامج اليومي، والآخر خاص بالوقت المناسب، لأن أذواق المستمعين مختلفة بالإضافة إلى اختلاف الظروف الاجتماعية، فهناك مثلاً المتعلم والمثقف والمتزوج وغير ذلك، لهذا يجب أن يخاطب كل الناس باختلاف اتجاهاتهم وأذواقهم حيث توجد قاعدة لذلك.

إذن فالإذاعة هي الوسيلة التي تصل المسموعات بها إلى المستمع عن طريق الفن لأنها تخاطب القلب والأحاسيس والمشاعر لا العقل الذي يفكر، أي أن الإذاعة انفعالية، تعطي انفعالات أكثر من المعلومات، ومن خلال الانفعالات تعطي الإذاعة المعلومات، وعلى أساس هذه الانفعالات تصمم المادة الإذاعية سواء في قالبها اللغوي أو في

قالبها الصوتي، إذن فلكي تصل إلى قلب المستمع لابد أن تشعره بالألفة ولابد أن تتكون صداقة بين الإذاعي والمستمع، وهذه الألفة تؤدي إلى سؤال... ما هي اللغة؟ وما هي الألفاظ التي يخاطب بها المستمع على أساس قاعدة الألفة، بما ألف من أن يسمع من أصدقائه ومن أهله؟ أن يستمع الألفاظ ذات الجرس الذي ألفه في وسطه، وهذا يؤدي إلى أحد الأسلوبين، مخاطبة المستمع باللغة العربية الفصحى أم باللغة العامية، يخاطب الناس بلغتهم المألوفة ثم يتم التدرج في خطوط بعيدة عن بعضها شيئاً فشيئاً حتى الوصول إلى اللغة العربية الفصحى.

وإذا أردنا أن نفهم الفكر والنتاج الفكري فالواجب أن ندرس اللغة، وإذا أردنا أن ندرس اللغة فعلينا أن ندرس عملها في المجتمع، وهذا يتطلب بكل تأكيد فهم المجتمع، وكما يقول الكاتب الأمريكي والترليبمان (أن المجتمع الحديث لا يقع في مجال الرؤية المباشرة لأحد، كما أنه غير مفهوم على الدوام، وإذا فهمه فريق من الناس، فإن فريقاً آخر لا يفهمه).

وخطورة الإذاعة أنها تستطيع أن تولّف الأذن على أي شيء فهي وسيلة تجعل المستمع يتعود على شيء ما، وهو التعود على جرس الكلام، فهناك كلمات كثيرة أصبحت تستعمل ولم تكن تستعمل من قبل مثل اللحن... ففي العهد الماضي كان من النادر أن يتيسر للشخص سماع الموسيقي أو الغناء، أما الآن فكل الناس تغني في كثير من الأماكن أو في الشوارع وبعض الناس هم يختارون الأغنية لأدائها. اذن توجد وسيلة اتصال جماهيري هي الإذاعة تجعل الأذن تألف على كل جديد.

الفصل الخامس

التنسيق

1. **تنسيق البرامج.**
2. **تخطيط البرامج.**
3. **خريطة البرنامج.**
4. **قسم التنسيق.**
5. **مراقب أو ملاحظ التنفيذ.**

تنسيق البرامج

هو وضع المادة المناسبة للمستمع المناسب في الوقت المناسب، ومن أجل معرفة عمل التنسيق وأهميته يتحتم دراسة المادة الإذاعية المناسبة ومعرفة المستمع ودراسته إذا كان مناسباً، ثم دراسة الوقت لتحديد المناسب منه للمستمع.

من هو المستمع؟ من المفترض أن يكون المستمع هو كل جماهير الشعب، والسبب في ذلك أنه ليس من المستطاع عمل إحصاء لمعرفة عدد أجهزة الاستقبال... ثم هل المستمع هو الأكثر دخلاً من هذه الجماهير؟ أم أن غير المستمع هو الأكثر دخلاً؟... الأكثر دخلاً هو الأكثر احتمالاً أن يكون مستمعاً للإذاعة ولكن هذا ليس معتمداً على جهاز الإذاعة كوسيلة للترفيه، إذن ليس بالإمكان القول بأن الأكثر دخلاً هو الأكثر استماعاً لجهاز الإذاعة، ونفس الشئ يقال عن الفقير لأنه لا يستطيع أن يشترى سوى الغذاء والكساء ولكن بمستوى الكفاف، ويبقي ذوو الدخل المتوسط، وهؤلاء ثبت أنهم الأكثر استماعاً للإذاعة. وأيضاً بالنسبة للمثقفين، فهل المثقف ثقافة عالية هو المستمع؟ لقد تأكد عبر قياس الرأي أن هذا المثقف لا يستمع لجهاز الإذاعة لأنه يتوفر لديه الكثير من وسائل الإطلاع، كذلك فإن المستمعين من ذوي الثقافة البسيطة والمعدمين لا يستمعون، يتبقى بعد ذلك ذوو الثقافة المتوسطة كما يتبقى ذوو الدخل المتوسط من المنتجين والعمال والشغيلة وهم المستمعون الأقل جهداً.

والنتيجة أن إنشاء أي برنامج يتم بموجب حساب أواسط الناس من حيث العقلية الثقافية وحتى الدخل، وبالنسبة للسن هناك تفاوت لابد من مراعاته، فالطفل مثلاً كثير الحركة، لهذا يجب أن يكون البرنامج الموجه إليه منوعاً خفيفاً كثير الفقرات وبارز الإيقاعات، أما المراهق فإن له اهتمامات خارج ركن الطفل فهو يهتم بالموسيقى الصاخبة أو الموسيقى الراقصة وبالقصة والتمثيلية، وعندما يكبر يهتم بالمرآة وبالرياضة كشاب يانع... والعملية في مجملها تعتمد على علم النفس.

إذن لابد من وضع البرامج على أساس أواسط الناس لكن لا مانع من رفع مستواه، وفي الإمكان وضع برنامج إلى أقصى درجات الجودة، وهذا يتوقف أولاً على وجود إمكانات مادية.

وبرامج الإذاعة لا تعطي في فراغ، بل تعطي للمستمع، ومعنى هذا أن المستمع يجب أن يكون موجوداً وأن تعطى له المادة المناسبة في الوقت المناسب، وهذا هو الذي يحدد بداية الإرسال ونهايته وفترات الخمول في الاستماع. وأي برنامج في أي إذاعة ليس حتماً أن يذاع كل يوم، ومن الممكن عمل برنامج يسلّي أثناء العمل داخل البيت، أما المادة الدسمة العسرة فلا تعطى المستمع وهو مرهق، ومن أجل هذا يجب معرفة متى يكون المستمع متعباً أو مرهقاً ومتى لا يكون كذلك، وفي أي مجتمع يجب معرفة متى يستيقظ المستمع، لأن هذا الوقت يحدد بدء الإرسال، كما يجب معرفة بداية عمله في الصباح وكذلك وصوله إلى البيت عقب انتهاء العمل، وهذا يتطلب معرفة المدة التي يمكثها في طريقه إلى العمل صباحاً وأيضاً بالنسبة لفئة التجار الذين يبدأ عملهم متأخراً.

ثم بعد انتهاء العمل الساعة الثانية يكون الجميع في البيت وهذا يعني أنه إذا أوقفت الإذاعة الساعة التاسعة فيجب أن تعود قبل الساعة الثانية أي على الساعة الواحد مثلاً. وبعد الخامسة مساءاً يزداد النشاط. أما البرامج الخاصة بالطوائف أو الفئات أو المهن فيمكن أن تستمر لأربع وعشرين ساعة لأنه من الممكن لبرنامج أن يسمع في فترة ولا يسمع في فترة أخرى، وقد يعمل برنامج للموظفين وآخر للعمال المنتجين وثالث للتجار أو على أساس اعتبارات أخرى.

متى يكون المستمع متعباً ومتى يكون مستريحاً؟ عندما يصحو من النوم يكون مستريحاً ومن الممكن حينذاك إعطاؤه مادة تناسبه وعندما يكون متعباً من العمل يمكن إعطاؤه مادة أخرى، ولكن عادة توجد فترة قمة استماع ثم أقل استماعاً وتوجد فترة فراغ من المستمعين.

ولقد ثبت أن قمة الاستماع تكون بين الساعة الثامنة والعاشرة مساءاً يلي ذلك من العاشرة إلى الثانية عشرة ليلاً وبعد ذلك من السادسة إلى الثامنة مساءاً ثم من الثانية إلى الرابعة ظهراً وبعد ذلك من السادسة والنصف إلى السابعة والنصف صباحاً. وثبت أن عدد المستمعين يهبط بعد منتصف الليل إلى 8%.

والآن... أي من المواد الإذاعية تعجب المستمع أكثر من غيرها؟

المادة 8 أولى المنوعات، وتتبادل الأولوية مع التمثيليات وهناك أماكن تزداد فيها وتقل في أماكن أخرى نسبة الاستماع. والمادة الثانية هي الموسيقى والغناء والثالثة الأخبار التي تصل إلى 4% ويلي ذلك التعليقات التي تصل لأقل مستوى وهو 2% ثم الأحاديث 3% وقد يكون الاستماع للأخبار أكثر في بعض أماكن منطقتنا بسبب أحداث الصراع الدموي في مواجهة الإرهاب الصهيوني خاصة لدى الذين يشاركون في هذه المواجهات لمقاومة الاحتلال.

المهم أن برامج الإذاعة تخطط وتتابع بطريقة دورية بحيث تكون محققة باستمرار للأغراض المتحركة للمجتمع، ومن ضمن التخطيط أن تقسم السنة إلى أربعة أقسام وكل قسم ثلاثة شهور تبدأ من أول يناير وتنتهي بنهاية ديسمبر وتسمى كل فترة بفترة إذاعية أي دورة إذاعية وهي ثلاثة عشر أسبوعاً.

تخطيط البرامج

في البداية تشكل لجنة من أجل تخطيط البرامج، وتوضع أمامها قائمة بالمناسبات الدورية التي تحدث كل سنة وتقسم إلى أنواع: مناسبات وطنية وقومية ودينية ومناسبات لإحياء التراث وغيرها. كما تقوم اللجنة بدراسة برامج الإذاعة القائمة وتقيّمها وتعبّر عن آرائها فيها... هل حققت هدفها؟ هل كان ظهورها بالشكل الفني سليماً؟ هل يمكن إدخال تحسين عليها؟ هل يستحيل تحسينها؟...

ثم توضع ثلاث قوائم:

1-البرامج التي ترى اللجنة استمرارها.

2-البرامج التي ترى اللجنة توقفها وأسباب التوقف.

3-البرامج الجديدة التي ترى اللجنة استخدامها.

أما المتابعة فهي نوعان: أحدهما على الورق، والثاني على الهواء، وكل مراقب عام يتابع تنفيذ هذه الخطة بمراجعة النصوص والتأكد من مطابقة النصوص للخطة وأهدافها، كما تتم المراقبة أيضاً من خارج الإذاعة.

حيث يوجد استماع على الهواء، فالمذيع يكتب تقريراً بالساعة والدقيقة والثانية عن إذاعة البرامج من حيث موعد الإذاعة ونهايتها ومدة البرنامج المقررة والامتداد فيها وكذلك العجز، وإذا كان هناك شيء ملفت للنظر حسناً أو قبحاً، ويقوم المذيع بالكتابة داخل غرفة البث (الأستوديو) حول كل ما يحدث.

وهناك طريقة أخرى حيث يوجد نظام مراقبة السهرة، إذ يتم اختيار أصحاب الذوق من الإذاعيين الذين لديهم حصيلة من التجارب الإذاعية وهؤلاء يكلفون بالاستماع لجميع البرامج التي تذاع وتحدد لهم البرامج التي يطلب منهم سماعها، وحتى يستطيع كل واحد كتابة ملاحظاته يكون خلال الشهر قد كتب هذه الملاحظات في تقرير كامل مجيباً على الأسئلة المعينة التالية:

-ماذا فهم من البرنامج؟

-طريقة الإخراج، هل فيها أخطاء أم لا؟

-هل وقت إذاعة البرنامج مناسبة له كمستمع أم لا؟

كما يدوّن أية ملاحظات أخرى يريد تدوينها. ومن حصيلة هذا كله تعرف طريقة إخراج البرنامج وفكرة طريقة الإعداد.

وهناك طريقة تسجيل البرامج بشكل متواصل ما دام هذا البرنامج مستمراً في الإذاعة، فكثير من الإذاعات تسجل برنامجها اليومي كاملاً أثناء إذاعته على الهواء ويحتفظ بالتسجيل مدة أسبوعين ويسمح بعد ذلك لتستخدم الأشرطة في عملية تسجيل أخرى.

خريطة البرنامج

أهم شيء في عمل التنسيق هو إنشاء خريطة البرنامج، بينما إذا أعيد رسمها تكون العملية سهلة، أي أن الصعوبة تكمن في عملية الإنشاء ابتداءً.

وهذه الخريطة مدتها أسبوع، وهذه المدة هي وحدتها، حيث يحدد بدء الإرسال وتذكر المذيعة التي يتم الإرسال منها والساعة والموجة، ثم تحدد نهاية الإرسال، وفي بعض الأحيان يكون الإرسال على فترات حيث تبث كلها بتفاصيلها على الخريطة.

بعد ذلك تأتي مواعيد إذاعة نشرات الأخبار، وهذه مرتبطة بعاداتنا، كأن ترتبط النشرات بمواعيد تناول الطعام وهي ثلاث وجبات كالتالي:

1-النشرة الأولى تحدد حسب موعد الإفطار.

2-نشرة الظهيرة تحدد حسب موعد الغذاء.

3-نشرة المساء تحدد عادة ما بين الساعة السادسة والثامنة مساءً.

وتعتبر هذه النشرات هي النشرات الرئيسية وبالإضافة إليها توجد نشرة نهاية الإرسال وأيضاً يمكن عمل نشرة ما بين الثانية والنصف والثامنة مساءً. وهكذا تكون مواعيد الاستيقاظ والنوم وكذلك مواعيد الأكل لها اعتباراتها في وضع مواعيد نشرات الأخبار.

وهناك اعتبار آخر يجب الاهتمام به في البلاد العربية هو القرآن الكريم، وهو مادة مقدسة عند المسلمين ينبغي عند إذاعتها أن تكون في ظروف تتسم بالوقار، بمعنى

أن لا يذاع القرآن بينما في أثناء إذاعته تذاع موسيقى راقصة، ويجب أن تكون المواد المذاعة قبله وبعده مواد وقورة كالأحاديث والابتهالات.

وعند إذاعة القرآن الكريم في الإذاعة تتحقق للمستمع رغبة في تحقيق عادة، كترتيب قارئ يحضر يومياً صباحاً ومساءً يتلو القرآن في البيت، وهي عادة يتبارك بها الأهالي، فبالتالي متى يذاع هذا القرآن الكريم تكون قد تحققت الخدمة للمستمع وهي الوقار والبركة، حيث عندما يذاع في الافتتاح صباحاً لا يوجد مواد تذاع قبله. ومن المهم التأكيد أنه قبل الشروع في إذاعة برنامج أو خدمة دينية يجب التفكير أكثر من اللازم، لأنه بمجرد إذاعة هذا البرنامج وهذه الخدمة مرة واحدة تصبح عادة يستحيل إلغاؤها.

وبالنسبة لنشرات الأخبار فيجب أن يكون بين بعضها ساعات كاملة ولا تذاع إلاّ في أوقات محورية كاملة، فإذا أذيعت على الساعة كاملة، فكلها تذاع على الساعات الكاملة، وإذا أذيعت على النصف فالكل يذاع على النصف، وإذا أذيعت على الربع فالكل أيضاً يذاع على الربع. ويتم تثبيت ذلك في الخريطة لمدة الدورية الإذاعية الكاملة، ومضمون البرنامج فقط هو الذي يحدث فيه التغيير وفي البرنامج المعين يخصص له أشرطة ثابتة، منها دورية وفي البرنامج المعين يخصص له أشرطة ثابتة، منها دورية تمسح ويسجل عليها باستمرار، ومنها أشرطة لا تمسح يحتفظ بها للرجوع إليها باستمرار من أجل استخدامها كلما احتاج الأمر.

قسم التنسيق

لا يستطيع إذاعي أن يحكم على إذاعة ما بأنها ناجحة أو فاشلة إلاّ إذا أطلع على قسم التنسيق فيها وخرج برأي يتعلق بنجاح القسم أو فشله، وهذا يفسر رغبة الزائرين لأية إذاعة بزيارة قسم التنسيق قبل التفكير في زيارة أية إدارة أو قسم آخر للإطلاع على إمكانياته ووسائل وأساليب ومسلكيات وسبل العمل فيه، فالتنسيق هو عصب الإذاعة الحي ويكفي أنه يعني النظام والتنظيم ولن يكون هناك نجاح لأي عمل بدون نظام وتنظيم.

أضف إلى ذلك أن التنسيق يحتمل العبء الأكبر في تسيير العمل داخل الإذاعة لدرجة أن الإذاعة قد تستمر في البث بالتنسيق فقط دون الاعتماد على الإدارات والأقسام الأخرى، بما يتوفر لديها من إمكانات ومواد إذاعية جاهزة وصالحة للإذاعة. أي أن التنسيق مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالإنتاج المنفذ والموجه إلى المستمعين أينما كانوا ووجدوا مهما اختلفت أذواقهم وعاداتهم وطباعهم.

والتنسيق أيضاً مرتبط بما ينطوي عليه البرنامج للتأثير على المستمع ولينال منه أعلى درجات النوعية حتى يتمكن من أداء واجبه على أعلى درجة من القدرة.

وإذا كان هذا هو المفهوم عن التنسيق وعمله في الإذاعات التقليدية، فإن مسؤولية التنسيق في الإذاعات الموجهة أعمق وأكبر، وإن وضع الكلمة في مكانها المناسب مهم جداً حتى تصل إلى المستمع على درجة من الجاذبية والقوة.

ولهذا يعتبر التنسيق هو عصب الإذاعة النابض، وهو بمثابة القلب في جسم الإنسان، وأهم عمل في التنسيق هو وضع خريطة البرنامج، بل هي أصعب عمل يشارك فيه التنسيق، لاسيما إذا كانت الخريطة تتعلق بإنشاء إذاعة جديدة حيث إن إعادة رسم الخريطة سهل.

وحين نقول أن التنسيق يشارك في وضع خريطة البرنامج فإن ذلك يعني أنه من الواجب وجود مجلى تخطيط للقيام بوضع هذه الخريطة، فوجود أحد أعضاء التنسيق في هذا المجلى لا يكون اعتباطاً، لأن دور ممثل التنسيق في هذه الحالة كناقوس الخطر الذي ينبّه إلى المنزلقات التي قد يقع فيها الذين يصنعون الخريطة، مثل وضع برنامج مدته ربع ساعة في فترة على الخريطة مدتها عشرـ دقائق. وهذا يفرض على موظف التنسيق أن يكون على درجة كبيرة من الوعي الإذاعي وملماً بالأسس التي تبنى عليها الخريطة.

أما المعلومات الواجب توفرها لعمل الخريطة فهي كالتالي:

1. الموجة والذبذبة ومدة الإرسال والمنطقة التي يغطيها الإرسال وهذا يتوقف أيضاً على قوة المحطة إذا كانت كيلو واط أو عشرين أو أكثر.
2. تحديد من هو المستمع وأي شعب من الشعوب؟ هل هو أهل البلد أو من خارج الحدود.
3. متى يستيقظ وينام.
4. أوقات وجوده وظروفه التي تسمح له بمتابعة الإرسال.
5. نوعية جمهور المستمعين، ما يتعلق بالدخل، هل هو غني أم فقير أم متوسط الدخل، هل هو مثقف ثقافة عالية أم ثقافة متوسطة أم معدم الثقافة، وهل هو من المتعلمين أو من الأميين؟ هل هو من التجار أم من العمال والمنتجين؟.
6. هل المستمع في بيته، أم في موقع عمله؟
7. متى يكون نائماً ومتى يكون مستيقظاً؟
8. متى يكون مرهقاً ومتى يكون مرتاحاً؟
9. نوعية المستمع إذا كان من الذكور أو الإناث أو من الشباب أو المسنين أو من المدنين أو العسكريين؟

وهذه الأمور يجب وضعها في الاعتبار وأن يكون موظف التنسيق ملماً بها عند وضع الخريطة.

وهناك أسس وثوابت تقوم عليها الخريطة البرامجية تتلخص فيما يلي:

1- المادة العسرة لا تعطي للمستمع وهو مرهق، بل تعطى له مادة خفيفة حتى تساعده ليستريح.

2- عندما يصحو الإنسان من النوم يكون مستريحاً فتعطى له مادة مناسبة.

3- البرامج الخاصة مثل برامج الطرائف ممكن إذاعتها في أي فترة ومن الممكن إعادة إذاعتها لأن المستمع يختلف.

4- باستمرار يتم اختيار الفترات التي لا يوجد فيها خمول، بحيث تكون فيها أعلى درجات السماع.

ولقد وضع الخبراء درجات السماع على فترات وعلى النحو التالي:

- من 8 – 10 مساءاً 22 -24
- من 10 -12 ليلاً 20 -22
- من 6 -8 مساءاً 18 -20
- من 2 -4 مساءاً 14 -16
- من 6,5 -7,5 صباحاً تعتبر فترة العقيدات في البيوت.
- من 12 -..,1 فترة بيته لأن الذكور في أعمالهم والعقيدات في البيوت.

والإذاعات كلها عند وضع الخريطة وبرامجها تبحث عن قمة الاستماع لتضع موادها في أوقاتها المناسبة، وهي المنوعات والتمثيليات والموسيقى والغناء والأحاديث. وكلما ارتفعت ثقافة المستمع كلما زاد حبه للمشاركة في الأحداث الداخلية والخارجية، وهذا يحتم إعطاء أهمية أكبر للأخبار.

وتستمر مدة الخريطة ثلاثة أشهر وتبدأ بداية الشهر وتكون عند البعض من أول يوم سبت في الشهر والبعض الآخر يرى أن تكون بدايتها يوم الأحد، وكلها وجهات نظر وتقاليد وتوضع في الحسبان المناسبات الدينية.

وخلال الدورة الإذاعية لا تتغير الخريطة، ولكن من الممكن أن يضاف برنامج بأن يرسل إلى التنسيق باسم البرنامج ومؤلفه ومقدمه ومخرجه. وأما أن يرسل إلى التنسيق موعد إذاعته على الخريطة ويقوم التنسيق بالتنفيذ، وإما أن يترك له اختيار هذا الموعد على الخريطة من أجل إذاعته.

وبعد وضع الخريطة يترك للتنسيق تنفيذها، حيث يقوم بتفريغ المواد التي يوافق عليها داخلها على أحسن وجه فيما يعرف بالتفاصيل أو البرنامج اليومي، وتكون مدتها أسبوعاً، ولمصلحة الإذاعة عند وضع التفاصيل أن يمسك التنسيق والإنتاج كل منها بيد الآخر لتحقيق التقارب بينها.

وبما أن العلاقة بين التنفيذ الفعلي للتنسيق والمعرفة بخصائص ودقائق مواد الإنتاج المراد عرضه هي علاقة وثيقة لذلك يجب مراعاة ما يلي:

1-يجب أن يزود أصحاب البرنامج التنسيق بالمعلومات عن خصائص ودقائق الإنتاج، حتى تصبح الصورة عن كل برنامج واضحة أمام موظف التنسيق للرفع من مستوى العرض.

2-إن عدم الوضوح في التمييز بين أنواع المواد الغنائية المختلفة يجعل التطبيق يختلف في بعض الأحيان عند وضع هذه المواد.

3-إن ملء الفراغات بين البرامج عند إعداد التفاصيل (البرنامج اليومي) كما هو واضح في الخريطة بالموسيقى والأغاني يختلف اختلافاً واضحاً عن الإطار الذي توضع فيه فكرة برنامج عندما يشرع المخرج في انتقاء المواد الغنائية، يملأ بها الفراغات المخصصة لها في برنامجه، لذلك فيجب أن يترك للتنسيق وضع الأناشيد والأغاني.

أما فيما يتعلق بمدة التفاصيل، فبعض الإذاعات المسموعة والمرئية تضعها لمدة أسبوع وأخرى لمدة شهر، وهناك من يضع التفاصيل لتغطي الدورة كاملة، التي مدتها ثلاثة أشهر...

ويساهم التنسيق في التثقيف عندما يرسل التفاصيل (البرنامج) إلى جميع دور النشر للصحف والمجلات ليعطي مجالاً للمستمعين بأن يقرأوا ويطلعوا على ما تحتويه هذه التفاصيل من فقرات لاختيار ما يرغب في سماعه ومشاهدته.

ويتحتم الالتزام بتنفيذ البرنامج اليومي (التفاصيل) دون المساس به حيث:

1- لا يجري تعديل على البرنامج اليومي (التفاصيل) أثناء تنفيذه بجرة قلم أو للمزاج داخل غرفة البث أو في غرفة المراقبة فلا يحق للمذيع أو للفني التصرف بفقرات هذا البرنامج مهما كانت الأسباب، حتى ولو كان الأمر يتعلق فقط بتغيير أنشودة أو أغنية.

2- يلتزم بمدة المادة الإذاعية المقررة، وأي تجاوز لهذه المدة يؤدي إلى القطع عليه حتى لا يحدث أي خلل على الهواء.

وتجرى التسجيلات الإذاعية طبقاً لإجراءات تنظيمية مقنعة ومعروفة لدى الإذاعيين ومذيعين ومقدمين ومحدثين ومؤلفين ومخرجين ومهندسين وفنيين، ويحافظ على التنسيق والمكتبة بألاّ يكونا دون ضابط لشؤونهما.

ومن أجل سلامة إجراءات التسجيل يتطلب ما يلي:

1- الشؤون الهندسية غير ملزمة بتسجيل أية مادة لأي مذيع أو مقدم أو مخرج أو أي شخص آخر، إلاّ بإحضار استمارة تسجيلات من التنسيق، وليس من شأن صاحب البرنامج أن يحمل الاستمارة والأشرطة معاً إلى غرفة التسجيل.

2- يتم حجز غرفة التسجيل لأي برنامج من قبل صاحبه بوقت كافٍ حتى لا تحدث تجاوزات أو فوضى.

3- هناك برامج ثابتة قد تكون أسبوعية أو نصف أسبوعية أو تذاع ثلاث حلقات منها في الأسبوع ولا تتقيد باجتماع خطة العمل اليومية، وهذه البرامج يمكن أن يتم الحجز لها قبل أربع وعشرين ساعة على الأقل، ويمكن تثبيت حجوزات لها على خريطة الحجوزات.

4- يوضح في الخريطة الفترة التي يشغلها الحجز واسم صاحب الحجز كما تذكر في الحجز أشرطة ألحان البرامج والتمثيليات والمؤثرات الموسيقية أو الصوتية المستخدمة في التسجيل.

5- يكون صاحب الحجز على علم بمواعيد حجوزاته أو تسجيلاته ويقوم التنسيق بإرسال استمارة الحجز دون الرجوع إليه، وإذا كان صاحب الحجز يريد إضافة شيء ما فعليه أن يطلبه من التنسيق قبل موعد كتابة الاستمارة، وإذا كان لا يرغب في التسجيل رغم وجود حجز ثابت له فعليه أن يتقدم للتنسيق بطلب إلغاء الحجز بوقت كافٍ ليتمكن الآخر من إجراء حجز له من أجل التسجيل.

6- أما البرامج التي يتعلق إعدادها بخطة العمل اليومية فتثبت لها مواعيد حجوزات على الخريطة حسب الأولوية التي يحددها موعد إذاعة البرنامج، إلاّ إذا اختار صاحب البرنامج حجوزات ثابتة في مواعيد يختارها تتفق مع وقته وإمكانات كتابة البرنامج.

7- تتقيد الهندسة بمواعيد التسجيلات المبنية في استمارة التسجيلات منعاً لفوضى استخدام غرف التسجيل والإرباك سواء في الهندسة أو التنسيق. وإذا لم يحضر صاحب الحجز توضح الهندسة بأن الحجز لم يستخدم حتى يمكن اتخاذ ما يلزم إزاء ضياع الحجز دون فائدة.

8- وإذا حضر صاحب الحجز بعد انتهاء فترة الحجز للتسجيل، ترفض الهندسة القيام بأي تسجيل إلاّ بعد استمارة حجز جديدة من التنسيق.

9- في نهاية إتمام التسجيلات لهذا اليوم يكون قد اكتمل كتابة تقرير من قبل الفنيين في استمارة التسجيلات حول كل برنامج، يوضح مدته وتاريخ التسجيل وكل الملاحظات الأخرى، ويرسل التقرير إلى التنسيق ليستفيد منها في البطاقات والسجلات.

مراقب أو ملاحظ التنفيذ:

يجب أن يكون مراقب التنفيذ من أصحاب الخبرة الإذاعية والذوق لأن واجباته بجانب العمل المسند إليه كمراجعة البرنامج وتفريغ التقارير من التسجيلات وعن البرامج التي أذيعت والتي لم تذع مع توضيح التاريخ والمدة ورقم الشريط والمقدم أو المخرج... بجانب هذا كله فإن واجباته أيضاً:

1- مطلوب منه أن يكتب ماذا فهم من البرنامج المذاع؟
2- تقرير عن طريقة الإخراج... هل فيه أخطاء أم لا؟
3- هل وقت إذاعة البرنامج مناسب أم لا؟
4- هل زاد عن مدته؟ وهنا يطلب من أصحاب البرنامج أن يتقيدوا بمدد برامجهم المحددة حسب المدوّن في الخريطة، وليس هناك أي عذر في امتداد البرنامج عن موعده، حيث أنه إذا امتد لابد من القطع عليه حتى لا يتم تشويه البرنامج بسبب الامتداد وإن كان القطع على البرنامج له مساوئ، إذ فيه خسارة على الإذاعة وقتل للبرنامج والإذاعة معاً.
5- ويكتب المراقب تقريراً يومياً عن الاخلالات التي تطرأ على البرنامج في أثناء التنفيذ على الهواء ومنها الأخطاء الهندسية.

6- وإذا لم يكن موجوداً في التنسيق إلاّ مراقب التنفيذ فإن عليه أن يقوم بكتابة تقرير يومي بجميع الاخلالات التي تطرأ على حجز غرفة التسجيل (الأستوديو) والأشرطة.

أما فيما يتعلق بالمكتبة الفنية فإما أن تكون قائمة بذاتها وإما أن تكون تابعة للتنسيق وهو الأفضل، وهذه المكتبة لها سجلاتها وبطاقاتها ومستنداتها، تحافظ على الأشرطة والاسطوانات ولا تقبل بأي تصرف يبدد محتوياتها.

ومن الأدوات والمستلزمات الضرورية الأخرى للتنسيق:

1- جهاز استقبال (مذياع) يوضع في غرفة المراقبة المواجهة لغرفة البث، وعن طريقه يتم التأكد إذا ما كان هناك خطأ في البث أو خلل فيه، وهل هناك إرسال على الهواء أم لا.

2- أرفف ودواليب لوضع المواد الإذاعية.

3- ساعة للتوقيت لمعرفة مدد المواد المذاعة.

4- العلاقات العامة بالنسبة للإذاعة والتنسيق مهمة جداً، فيجب أن يكون التعامل متسماً بالتفاهم والمودة، إذ من المهم أن يعرف موظف التنسيق ما يريده المتعامل من الخارج، وأن يعرف الإمكانات المتاحة لتلبية طلبه، وهذا يؤكد أهمية ما يعرفه المتعامل من الخارج عن التنسيق وأن إمكاناته التي يتمكن التنسيق من تقديم الممكن والمتاح.

5- والنقد يجب الترحيب به ليس فقط بالنسبة للتنسيق والمتعاملين معه بل بالنسبة للعمل الإذاعي برمته، لأن في النقد مصلحة للعمل وللرفع من مستواه على أن لا يكون نقداً هداماً.

الفصل السادس

الإذاعات الموجّهة

الإذاعات الموجهة

هي استدراك لوظيفة الإذاعة بما تقدمه من برامج، والإذاعات الموجهة لا تقع ضمن واجب الإذاعات التقليدية التي من واجبها - هذه الإذاعات - أن ترفع مستوى المواطن في بلده الذي يعيش فيه، إذن فالإذاعات أو البرامج الموجهة ترسل لغير المواطنين وإلى خارج الحدود.

فإذا كانت أهداف الإذاعة المحلية هي الإعلام والتثقيف والترفيه إلى جانب التعليم، فإن هذه الأهداف ليست هي نفس أهداف البرامج الموجهة لمن هم خارج الحدود. إذ ليس من واجب الذين يوجهون هذه الإذاعات والبرامج أن يثقفوا مثلاً غير المواطنين وخاصة خارج الحدود، حيث إن كل واحد داخل الحدود له الحق في أن يتمتع بكل ما يتمتع به المواطن، أما من هم خارج الحدود فليس من واجب الإذاعة أن تثقفه.

وعندما نقوم بتوجيه الإذاعة الموجهة فذلك لتقديم أنفسنا إلى الشعوب الأخرى ولتعريفهم بأفكارنا وعقائدنا.

فإذا أمكننا تشبيه الإذاعة التقليدية الداخلية أو المحلية بوزارة التربية والتعليم فإن الإذاعة الموجهة يمكن تشبيهها بوزارة الخارجية.

ولكي تنجح الإذاعات الموجهة في تحقيق أهدافها لابد من تحديد المستمعين الذين ستوجه إليهم ولابد من التعرف على عاداتهم وتقاليدهم ومفاهيمهم ورغباتهم وآمالهم وثقافتهم وأذواقهم وغير ذلك من الاعتبارات التي لا بد من وضعها في الاعتبار عند تقديم المواد التي تذيعها الإذاعات الموجهة.

وفيما يتعلق بإطلاق تسمية "موجهة" على هذا النوع من الإذاعات فإنها تحمل صفة العنف، وقد استخدمت لأول مرة في التاريخ من قبل بريطانيا حيث أطلقت بريطانيا على البرنامج التي تتجاوز حدودها اسم البرامج الموجهة عبر البحار.

ما هو القصد من البرامج الموجهة؟

المقصود من البرامج الموجهة أن نكسب الشعب الآخر لمناصرة العقائد والأفكار التي تعتنقها ونتبناها، فهذا الشعب إما أن يكون مناصراً لها أو معارضاً أو عنده نفس هذه العقائد والأفكار. والمطلوب إذا كانت العقائد والأفكار مشتركة أن يتم تعزيز الوحدة وتنميتها، أما إذا كان الشعب الذي نوجه إليه إذاعاتنا معارضاً لأفكارنا فالمطلوب هو أن نقنعه بخطأ آرائه وأفكاره وبصحة آرائنا وأفكارنا، وأما إذا كان على الحياد فالعملية تشبه الأرض البكر التي من الممكن أن تتم زراعتها من جديد بآرائنا وأفكارنا وبالتالي يتم كسبها إلينا.

معنى هذا أننا إذا كنا نستخدم العاطفة في الإذاعات والبرامج المحلية أنه يجب أن نستغل ونستخدم المنطق في البرامج الموجهة، فكلما كان المنطق أقوي كلما استطعنا أن نقنع أكثر خاصة وأن المستمع في البرامج الموجهة يختلف عن المستمع في البرامج المحلية. فللبرنامج الموجه مستمع مثقف يتطلع إلى ما وراء حدوده وبالتالي يمكن استخدام طريقة إقناع منطقية معه.

فكيف يمكن تحقيق أهدافنا في الإذاعات الموجهة، وكيف يمكن أن نكسب الرأي العام لصالح قضايانا... هل نستمر في القول (نحن أصدقاء وأصحاب تاريخ واحد)... بالطبع لا... ولكن من الممكن أن نقول شيئاً من هذا ونبحث عن أشياء أخرى مثل العلاقات الجديدة، فمن حيث الإعلام يمكن أن نعطى نشرة أخبار، ومن حيث التثقيف يمكن أن نعطي حديثاً أو ندوة أو مناقشة بطريقة منطقية، ومن حيث الترفيه نقدم نوعاً منه ولكن بطريقة تختلف عما نقدمه في الإذاعة المحلية... وسوف نتناول هذه الجوانب بشيء من التفصيل فيما يأتي:

أولاً -نشرة الأخبار:

ويتم من خلالها تقديم ما أهملته وكالات الأنباء من أخبار تتعلق ببلد المستمع المستهدف من قبل الإذاعات والبرامج الموجهة، لأن كل بلد لها أهميتها، فيمكن لوكالات الأنباء أن تنقل خبراً وتهمل آخر، فحين تذيع أنت هذا الخبر المهمل فإنك تشعر المتلقين بأنك تهتم بأخبارهم وتذاع الأخبار في الإذاعات الموجهة بعد صياغتها

حسب وجهة نظر المرسل وترتب أخبار النشرة بحيث تكون أولاها هـي أخبـار بلدك ثم أخبار الجهة التي ترسل إليها إذاعتك الموجهة ثم تأتي بعد ذلك الأخبار الدوليـة المهمة التي تعطيها وكالات الأنبـاء. وهنـاك قاعـدة مسـتعارة مـن الصـحافة وتطبـق في الإذاعة، فإذا كان هناك دار صحافة تصدر عنها كذا صحيفة فيجب أن تعتبر كل صحيفة هيئة قائمة بذاتها، لأنه من المحتمل أن يكون قارئ الصحيفة الأولى غير قـارئ للصـحيفة الثانية وهكذا. كذلك المستمع لإذاعة، قد يستمع لإذاعة أذيعت أخبارهُ ويستمع لإذاعـة أخرى لا تذيع هذه الأخبار، ويجب أن يلحق الأخبار في الإذاعة الموجهـة كـما في الإذاعـة المحلية تعليقات وخلفيات وبأسلوب قوي ومقنع.

ثانياً -التثقيف:

هو في الحقيقة لا يسمى في الإذاعات الموجهة تثقيفاً وإنما إبداء وجهات نظـر، بمعنى أن الأحاديث هي في الواقع طريقة لكسب الرأي العام في البلد المرسل إليها البث، وهي طريقة عاطفية ولكن بمنطق.

فإذا تكلمنـا مـن الناحيـة الجغرافيـة أو التاريخيـة أو غيرهـا فيجـب أن نقـارن ونربط بيننا وبين المتلقين وأن نخلق علامات معـه، ومـن المهـم أن نتحـدث كيـف تمـت مساهمتنا في الحضارة لأن هذا يعطي تعاوناً مع الشعوب وفيه فخر كـما أنـه يـؤدي إلى فرصة للجدل والحوار، ولا تقل لشعب أنك مخطئ، ولا تستعمل الكلـمات أو التعبـيرات التي يفهم منها الهجوم. والمحرر يجب أن يكـون حياديـاً في بعـض الأحيـان عنـد تحريـر أخبار معينة خوفاً من النتائج العكسية.

وتوجد أعياد دينية فلا تصف لأي شعب ما يعمل أثناء أعياده الدينية الخاصـة به ولكن من الممكن التحدث عن عيد من أعيادنا ثم نقارن ذلك بعيدهم.

ثالثاً -الترفيه:

الترفيه أساسه الموسيقى، ولما كانت البرامج الموجهة عادة هي برامج قصيرة لا تحتمل مواد ترفيهية كبرامج كاملة لذلك يعتمد الترفيه اعتماداً كلياً على الموسيقى والأغاني.

والموسيقى نغمة مجردة من الألفاظ، يمكن أن تكون أقل صعوبة في تقبلها في البلاد الأخرى، والأغنية يمكن أن يتم اختيارها من أغاني البلد المستهدف بالإذاعات أو البرامج الموجهة أو من البلد المرسل.

البعض يقول: بأنك عندما تعطي موسيقى وأغاني من البلد المرسل إليها البث الإذاعي الموجه فهذا خطأ، لأنك تريد أن تذيع عليهم بينما هم يملكون أحدث ما عندهم من الموسيقى والأغاني وبالتالي فهم ليسوا في حاجة ليسمعوا ذلك وبخاصة إذا كانت الأغاني قديمة، وهذا كلام غير سليم، إذ يجب أن تذيع لهم خاصة وأنك لا تنافسهم بل تعتبر الإذاعة الموجهة لهم هي إذاعتهم، والهدف الأساسي من الترفيه في الإذاعة الموجهة هو الجذب وليس الترفيه بحد ذاته.

وحين يعطي الترفيه يكون كرئة يتنفس بها المستمع من ضغط الكلام المتصل، ولا مانع من تقديم تمثيلية تعرّف المستمع على الحياة في البلد الذي يقوم بالإرسال.

كيف يكسب الإعلاميون العرب الرأي العام العالمي؟

يمكن إتباع كثير من الخطوات لكسب الرأي العام العالمي من خلال الإعلام وذلك بمراعاة ما يلي:

1. ان أحترم نفسي وبدون كذب وفي أحسن صورة لي وفي حدود حقيقتي وواقعي وأقدم رأيي للشعب المستهدف ليقتنع به ويؤيده.
2. تقدم أفضل ألوان الثقافة والأفكار للبلد صاحبة الإذاعة الموجهة.
3. تقدم الأخبار العالمية بطريقة إيجابية.

4. تشرح وجهة نظر الدولة التي توجه إذاعتها الموجه في المسائل الدولية الهامة.
5. النهوض بالتفاهم الدولي بين الدول المرسلة وغيرها.
6. عبر إذاعتنا الموجهة نوضح بأننا حضاريون وأن حضارتنا أصيلة ساهمت عبر التاريخ في إنماء ثقافة العالم، وأننا نقدم الحقائق للحقائق بدقة وإخلاص بقدر ما تشعه النفس البشرية وأننا نشرح المواقف الدولية وأفكارنا والعوامل التي تدفعنا إلى العمل، وأننا نسعى في سبيل التفاهم بين الشعوب، بتقديم ما يثير اهتمامنا ويزيد من حصيلة معلوماتها، والترفيه عنها بالقدر اللازم الذي يحتاجه المستمعون.
7. وحينما أوجه إذاعة إلى دولة صديقة أو شعب صديق فإن التأثير النفسي الذي نهدف إليه هو الإبقاء على علاقات الصداقة وتدعيمها وتقويتها حتى نستميلها إلى جانبنا ولا يؤثر فيها عدو.
8. أما إذا كانت الإذاعة موجهة إلى العدو، كالعدو الصهيوني في فلسطين أو حليفه أمريكا، فلا شك أن الإذاعة الموجهة إلى أحدهما تختلف كلياً عن الإذاعة الموجهة إلى بلد وشعب صديق، إن الإذاعة الموجهة إلى العدو تجئ في جو مشحون بجرائم هذا العدو الوحشية ضد الشعب الفلسطيني للقضاء عليه نهائياً، كما هو الحال في الضفة الغربية وقطاع غزة، ويطلق هذا العدو التهديدات بين الحين والآخر الموجهة إلى بعض الدول العربية بما فيها الموقعة معه على اتفاقيات ما يسمى بالسلام بهدف إشاعة التوتر وخلق المبررات للتحفز القتالي ثم القيام بالعدوان، وهنا يتحدد الغرض من إنشاء هذه الإذاعة الموجهة إلى العدو، وهو المشاركة الفعلية فيما تقوم به من حرب نفسيه ضده للتأثير على سلوكه وتحطيم معنوياته لمساندة المقاومين الفلسطينيين والجماهير العربية لإلحاق الهزيمة

بهذا العدو وتحقيق النصر عليه. لهذا يجب في حالة إنشاء إذاعة موجهة للعدو دراسة كل ما هو ضروري معرفته مستعينين ببعض الدراسات والأبحاث.

والبرامج الموجهة لأي بلد يستوجب معرفة نسبة الأمية في البلد المستهدف، ولتكن الهند مثلاً، فيجب أن يعرف كم عدد الذين يقرأون ويكتبون، فالذي يقرأ ويكتب هو المستمع المحتمل الذي يستمع لي وهو أيضاً الذي يستطيع أن يشترى جهاز الإذاعة (الراديو)... فكم تكون نسبته؟

لو وجد في بلد عشرة بالمئة متعلمون مثل الهند التي عدد سكانها يتجاوز المليار نسمة فإن عدد المتعلمين يكون مائة مليون شخص. ونعرف أن اللغة المستعملة في الهند هي الانجليزية، ويتم التعرف على عمل المائة مليون شخص، ولنفترض أنهم كأغلبية يعملون في المكاتب فتعرف مواعيد عملهم ثم نحدد قمة السماع عندهم، متى تكون هذه القمة ولنفترض أنها من الساعة 19إلى الساعة 22 مساءاً، وكل قمة لها قمة، ولنفترض أنهم يذيعون نشرتهم على الساعة التاسعة مساءاً فتأخذ وقت بث إذاعتنا الموجهة من السابعة مساءاً وحتى الساعة التاسعة مساءاً فتكون نشرتنا داخل هذه الفترة. ثم نحاول معرفة الدول الكبرى التي تستهدف هذه البلدان بإذاعتنا الموجهة وبأية لغة تبث إليها، ثم يتم البحث عن اللغة التي تشترك فيها الدول في الإرسال لجهة معينة وتتعرف على الفترة التي تبثها كل دولة وتعطي هذه الدولة من الساعة كذا إلى الساعة كذا.

فالإرسال بالتأكيد يكون خلال أحسن وقت، والإطلاع على هذه الدول يعطي فكرة عن الذين ينافسوننا، ثم نحكم إذا كنا نريد أن ندخل معهم منافسة ككل أو بعضهم، أو نريد أن نسالمهم وهذا كله يحتاج إلى دراسة.

ويجب أن نعرف ولاء هؤلاء المستهدفين لمن؟ هل ولاؤهم لبلدهم أم لبلد خارجي؟ إذ يحتمل أن يكون الشعب المستهدف في واد وحكومته في واد آخر، فينبغي أن نعرف هل ولاء هذا الشعب للانجليز أو للأمريكان أو الروس مثلاً. فإذا كنت تريد أن

تنافس هذه الدول فيجب أن يذاع برنامجك الموجه في وقت إذاعة برنامجهم الموجه وذلك لتكسب مستمعيهم وتمنعهم من الاستماع إلى تلك الإذاعات وتجعلهم يستمعون إلى إذاعتك. كما تتم أيضاً دراسة الأحزاب الموجودة في ذلك البلد، ويدرس نوع الحكم هناك... هل هو جمهوري أم ملكي أم غير ذلك.... وهل هو مستعمر أم لا؟ وما الاتجاه السياسي الدولي لدى النظام الحاكم، وهل البلد شرقي أم غربي أم حيادي. كما لا بد من معرفة النشاطات الأجنبية داخل البلد المستهدف ومدى إنجاح هذه النشاطات، وأيضاً لابد من معرفة الفرق الزمني بين المناطق في البلد الواحد واحتمال أن تكون الدولة الواحدة مقسومة إلى قسمين مفصولين ومتباعدين وكذلك احتمال أن يتكلم السكان بأكثر من لغة. كما يجب دراسة وسائل الترفيه في البلد المستهدف بالإذاعة الموجهة، فالترفيه شيء تستريح له النفس. وبعد معرفة كل ما سبق من معلومات يبقى القيام بتقديم كل هذه الأشياء في برنامج يعد ويقدم جاهزاً للإذاعة الموجهة. ولهذا يجب البث عمن يستطيع أن يعد هذا البرنامج باللغة المناسبة لهذا البلد المستهدف... فمتى تنجح الإذاعة الموجهة؟

تنجح الإذاعة إذا شعر المستمع أن الذي يذيع ويتكلم صوته مألوف ولهجته مألوفة وأيضاً الموضوعات المطروحة مألوفة، من أجل هذا يجب أن يتكلم مقدم البرنامج أو المذيع بصوت أهل البلد وبلهجتهم.

ويتم اختيار المذيعين من أهل البلد الموجه إليه البرنامج، من بين الأفراد الموجودين في البلد الذي يبث البرنامج الموجه، وكلما زاد عدد الأفراد في هذا البلد زادت الفرصة في اختيار الأحسن. وعند اختياره يجب أن يكون متمكناً من لغة أجنبية إلى جانب لغته الأصلية.

الفصل السابع

بحوث المستمعين

بحوث المستمعين

لا تقل الحرب الإعلامية الموجهة ضد الأمة العربية خطورة عن الحرب العسكرية التي عدتّها الجيوش والدبابات والمدرعات والطائرات والصواريخ وكل أنواع أسلحة القتل والدمار.

ولقد تبلورت هذه الخطورة بشكل واضح عبر كل الأحداث والصراعات والحروب الدامية التي شهدها العالم خلال العصر الحديث خاصة منذ الحرب العالمية الثانية وحتى الآن، حيث نالت أمتنا العربية النصيب الأوفر من الويلات والمصائب التي عانى ويعاني منها العالم، ورأينا كيف أن الذي يمسك ويملك وسائل الإعلام الأكثر اتساعاً وانتشاراً وأكثر كفاءة وقدرة على الاستخدام هو الذي يستطيع أن يحقق ما يريد، بدءاً بالأهداف المرحلية المحدودة وانتهاءاً بالأهداف النهائية الإستراتيجية التي قد تكون في النصر أو ما بعده.

لقد لمسنا فعالية وخطورة الحرب الإعلامية وتأثيرها علينا عبر كل الحروب العدوانية الاستعمارية الإمبريالية الصهيونية المتواصلة ضد وطننا العربي وأمتنا العربية التي كان آخرها ما يسمى بحرب الخليج الأمر الذي أدى إلى احتلال العراق والقضاء على نظامه.

ولقد لعبت وسائل الإعلام المسيطر عليها امبريالياً وصهيونياً بما فيها الفضائيات المسماة بالعربية أو الناطقة بالعربية دورها المخيف في هزيمة العراق وإحباط الجماهير العربية لصالح الغزاة.

والحديث عن خطورة الإعلام وفعاليته وتأثيره على الرأي العام العالمي ومصير الشعوب طويل ومتشعب، وقد كشف عن هذه الخطورة الكثيرون من العاملين في مجال الإعلام والباحثين والدارسين، فجون آي فوبز مدير عام اليونسكو تحدث عن الدور الذي يلعبه الإعلام خاصة الإذاعة المرئية في تحديد مصير الجنس البشري، وتحدث هربرت مركيوز في مقدمة كتابه الرجل والبعد الواحد عن خطورة الإعلام حتى على الشعب

الأمريكي بحيث جعل الإعلام هذا الشعب عاجزاً عن معرفة ما هو حق وما هو باطل وما هو صالح نافع وغير ذلك، أما الدكتور جوزيف كلابرا أحد العاملين في شبكة كولومبيا للإذاعة الأمريكية الواسعة الانتشار فقد تحدث أمام لجنة العلاقات الخارجية التابعة لمجلس النواب الأمريكي عام 1967 عن الأهداف المتوخاة للإذاعات الغربية الموجهة لشعوب العالم الثالث فقال: إن إذاعة الموسيقى الخفيفة لا يمكن أن تحقق أية تأثيرات مباشرة على الاتجاهات السياسية للجمهور، ولكنها رغم ذلك تقدم الفرصة والوسيلة لكي تدخل الأفكار والمفاهيم الغربية، حتى ولو لم تقدم هذه المفاهيم بشكل صريح متكامل في أية مرحلة من المراحل.

أما المفكر الهندي المعروف الدكتور مانيكار فيقول "إن القوى المتحالفة لوسائل الإعلام الأمريكية والمصالح الأمريكية يمكنها أن تزيل من الوجود أي نظام غير مرغوب فيه في أية دولة من دول أمريكا اللاتينية دون أن تحتاج واشنطن إلى التدخل المباشر إزاء ذلك".

التأثير النفسي على المستمع

يقول ليبمان في كتابه "الرأي العام" إن التربية تؤثر في تكوين الشخصية للفرد، وأن الآباء الذين ينشئون أبنائهم على عدم مناقشة ما يسمعون من آراء آبائهم حتى ولو كانت غير مقبولة يجعلون من هؤلاء الأبناء عندما يشبون أفراداً متأثرين بغيرهم وغير مكتملي الشخصية، فهناك تفاعل بين شخصية الفرد وبين المادة التي تستمع لها، وهناك جوانب أخرى تمثل تأثيراً في هذا التفاعل بين الشخصية والمادة المسموعة.

والواقع أنه لا يمكن تفسير قوة الشد الغربية للبرنامج الإذاعي الناجح أو التمثيلية القوية إلاّ على أساس نظرية اللاوعي لفرويد.

لقد شرح فرويد وغيره من علماء النفس الدور الذي تلعبه القوى اللاواعية في حياتنا فقالوا إن الخيبة أو الفشل الذي نتعرض له في أول حياتنا هو الذي يبدأ في تشكيل هذه القوى اللاواعية، فنحن في طفولتنا حاولنا الحصول على المتع واللذائذ

فوجدنا من يحول بيننا وبينها ويمنعها علينا، وجربنا الاستسلام للدوافع الغريزية فنالنا العقاب من أجل ذلك.

وفي أول حياتنا كانت كلمة "لا" و "عيب" هما المانع المشترك الأعظم لكل ما نريد، وهذه الدوافع التي منعوها وحرموها لا تختفي وتضيع، لأنها إذا لم تجد ما يشبعها أو يحققها فيما بعد بطريقة أو بأخرى تظل عبئاً دائماً في اللاوعي من نفوسنا، أي إن هناك مما يشكل رغبات وميول المستمعين ما يلقاه الفرد في أول حياته من تحريم ومنع، والرغبة في أن يكون قادراً على إتيان كل شيء، ثم تحطم الأيام هذه الرغبة ولا تحققها.

وأيضاً الشعور بالافتقار إلى الأمن والطمأنينة وتراكم العواطف الحبيسة... كما يسميها فرويد، يحدث ضغطاً كبيراً يؤثر في حياتنا وهذه العواطف الحبيسة هي الأصل في الأعمال الفنية وفي تذوقها وإقبال المستمعين عليها، أي إن نجاح هذه الأعمال يستمد قوته من العواطف الحبيسة الدفينة عند هؤلاء المستمعين، وليس الحب والجنس هما فقط العنصران الجوهريان في نجاح أي عمل فني، فهناك أيضاً من الأعمال الفنية التي لاقت نجاحاً كبيراً لأنها وضعت يدها على العواطف الحبيسة الأخرى من التحريم والمنع والرغبة والطمأنينة، فالأصل في نجاح هذه الأعمال الفنية هو هذه العواطف الدفينة، وتمثُّل جمهور المستمعين أو المشاهدين نفسه في الشخصيات التي تقدمها أساليب التأثير فيها، سواء كانت الشخصيات واقعية أم غير ذلك، حيث يمثل هؤلاء المتلقون أنفسهم في هذه الشخصيات علهم يجدون لأنفسهم العزاء، ولربما يتيح هذا التمثيل الفرصة لهم من أجل تعديل ما سبق إن نالوه من هزائم نفسية خلال طفولتهم، ثم إن العلاقات الإنسانية بين الشخصيات في العمل الفني توحد الصلة بين المتلقين وما يقدم لهم من هذه الأعمال، إذن كل شيء يتعلق بالتمثيل القائم على الرغبة والأمل، وهذا يتجسد خلال الصراع الذي تقوم عليه الدراما، حيث يتم استغلال الرغبات المتعارضة في نفوس المتلقين. من هنا لن يكون تمثيلية أو دراما ما لم يشارك جمهور المتلقين في أحداث هذا العمل التمثيلي أو الدرامي.

ويقول فرويد: "أن اللاوعي سجن كبير للرغبات المكتوبة التي يروضـها المجتمـع وترفضها القواعد التي استفتها لتنظيم الأخلاقيات" وأن في الإمكان توجيه هذه الرغبـات المكتوبة إلى غايات جديدة، وقد يكون لعملية التوجيـه والملائمـة هـذه نتـائج جيـده أو سيئة، إلا أننا إذا نجحنا في تحويل الدوافع والرغبات المكتوبة إلى غايات اجتماعية يـرضى عنها المجتمع لاستطعنا أن نحقق نوعاً من أنفسنا لدى الناس.

وقد تفضح زلة اللسان هذه الرغبات المكبوتـة الخفيـة، وقـد نكشـف بسـلوكنا بعض التصرفات الاضطرارية عن هذا الضغط الناتج من الداخل.

ومن الجوانـب الأخـرى التـي تـؤثر في التفاعـل بـين المسـتمع والإذاعـة والمـادة الإذاعية ما يلي:

1. المستوى الثقافي لدى المستمع، فكلما ارتفع المستوى الثقـافي للمسـتمع أو ارتفعت عوامل تكوين شخصيته، كلما أثر ذلك فيما يختار من مادة إذاعية وبالتالي يؤثر ذلك في تخطيط الخدمة الإذاعية "البرنامج".
2. البيئة التي يعيش فيها.
3. النوع "الجنس".
4. العمر.
5. المهنة.
6. الحالة النفسية (السـيكولوجية) العامـة: ومـن المعـروف أن كثـيراً مـن الإذاعـات لا تهـتم بدراسـة الحالـة السـيكولوجية العامـة للمسـتمعين دراسة واضحة، ولعل السبب في ذلك يرجع إلى قلـة الخـبراء في الإذاعـة الذين يستطيعون دراسة حـالات المسـتمعين السـيكولوجية إلى جانـب تركز بعض هؤلاء الخبراء في بعض الإذاعات وخلو دور الإذاعات الأخرى منهم.

ويقول الخبراء أن المشاكل النفسية تلعب دوراً كبيراً في مدى إقبال المستمعين على الاستماع إلى المذياع، كما أن الدعاية يكون لها أثر فعال عندما لا يكون المستمع هادئ التفكير.

وقد استغل غوبلز مبتدع أساليب الدعاية في ألمانيا هذه النظرية في التأثير على المستمعين مستغلاً حالتهم النفسية القلقة إبان الحرب العالمية الثانية.

وتقوم هذه النظرية على أساس أن المجتمع إذا كان هادئ النفس لا تسهل قيادة أفكاره إلى مسالك معينة تفيد رجل الدعاية وكان غوبلز يحاول أن يربط بين هذه النظرية وبين الموضوعات التي تتصل بالحياة اليومية وبذلك يؤلف للمستمع صورة جديدة مثيرة يستطيع بها أن يجتذب أفكاره ويوجهها وفقاً لما يريد.

ويرى الباحثون أن المواد الإذاعية التي تنال النجاح عند أكبر عدد ممكن من المستمعين يجب أن تعكس بصورة ما ألوان الصراع الكامنة في اللاوعي عند هؤلاء، لأن ذلك لا يشكل رغبات وميول المستمعين، فالمنع الخفي الكامن في النفوس هو الذي يزود المخاوف بقوة عندهم. إن هذه المشاعر المكبوتة هي الأصل في الأعمال الفنية وفي تذوقها والإقبال عليها، وتدل الإحصاءات على أن تفاعل المستمع مع المادة الإذاعية الواحدة يختلف من وقت لآخر، مما يدعو الإذاعات إلى الاهتمام بالأبحاث والاستفتاءات والتصويت على المادة الإذاعية الواحدة عدة مرات في أوقات متباعدة، إلا أن بعض الخبراء في بحوث المستمعين يرى أن إرضاء رغبات المستمعين ليس هدفاً في حد ذاته لأن للإذاعة رسالة ينبغي أن تؤديها حتى ولو تعارض ذلك مع رغبات بعض المستمعين، لهذا فإن حاجة الإذاعة ماسة لوجود جهاز أو قسم لبحوث المستمعين ليتولى معرفة ما يلي:

1. مدى استجابة المستمعين للبرامج بصفة عامة.
2. مدى استجابة المستمعين للبرامج الخاصة بما في ذلك الأحاديث بشكل عام.
3. عادات المستمعين عند الاستماع.

ويزود الباحثون بمعلومات عن الأحوال المعيشية والمستوى المادي والمعنوي لكل فئة من المستمعين والحياة في القطر أو الدولة أو المدينة أو البلدة أو القرية التي يقيم فيها المستمع وما يتصل بذلك من عادات أو تقاليد.

ويؤخذ رأي المستمعين في البرامج يوماً بيوم وأحياناً تؤخذ عينة من المستمعين وتجمع في صالات فسيحة لمعرفة آرائهم في بعض البرامج ومناقشتها، وفي ذلك إشعار للمستمعين بقيمة آرائهم.

ولا يهتم الباحثون بمعرفة رغبة المستمعين فحسب، وإنما يتركز الاهتمام على أن تكون الإجابات مفيدة بالنسبة للمشرفين على إعداد البرامج وتنفيذها، وهم يراعون في ذلك بعض الأمور... ومنها:

1-تشعب المصادر التي تستقى منها آراء المستمعين.

2-معرفة آراء المستمعين بصفة دائمة، يوماً بيوم وأولاً بأول.

3-موازنة الآراء بعضها ببعض.

4-تقييم المصادر المتشعبة لآراء المستمعين في جملتها.

وإلى جانب ذلك توجد اعتبارات أخرى هي:

أ- كل رأي مهما كان مصدره يمكن أن يعتبر رأياً في حد ذاته، ويمكن أن يدرس، فقد يكون هذا الرأي قد حصل عليه صاحبه من مصدر كفيل بالبحث.

ب- كلما كان الرأي أقرب إلى آراء فئة من المستمعين، كلما كان ذلك أدعى لبحثه.

ج- إذا لم يهمل أي رأي من الآراء كان البحث دقيقاً.

وهناك مصادر أخرى تفيد في البحث وهي:

1-رسائل المستمعين.

2-نقد الصحف.

3-ما يقال من نقد الإذاعات حتى في المجتمعات الخاصة.

4-آراء المستمعين خارج البلد.

5-آراء مراسلين ومندوبي ومخبري الإذاعة والسفارات في الخارج.

ومن الوسائل التي تلجأ إليها الإذاعات أن تحيط جمهور المستمعين أنفسهم بنتائج الاستفتاء التي أجريت بينهم أولاً بأول وألوان البرامج التي حصلت على تأييد المستمعين أكثر من غيرهم.

وفي كثير من الأحيان يتم الاعتماد على معاهد ومراكز الأبحاث للتعرف على آراء المستمعين، مثل معهد غالوب الذي أشتهر بأبحاثه واستعلاماته الدقيقة، فيقول بعض النقاد: إن طريقة معهد غالوب في البحوث لا تتوازى مطلقاً مع تكاليفه الباهظة، كما أنها لا تفيد الإذاعيين القدامى فائدة كبيرة في تخطيط البرامج، ويرى هؤلاء النقاد أن البحوث يجب ألاّ تكون باهظة التكاليف.

ويرى النقاد أيضاً أن وسائل الاتصال بالجماهير تتأثر في أغلبها بالفلسفة السياسية والاجتماعية خاصة في الوقت الحاضر. وأن التاريخ هو الذي يحمل الفلسفة إلى القراء والمستمعين، كما يرون أن الإذاعة أحدث من الصحف كوسيلة من وسائل الاتصال بالجماهير وأن المستمعين مسؤولون إلى حد كبير عن النهوض بها والارتفاع بمستواها.

ولما كانت الجماهير هي المستهلك الحقيقي والطبيعي لما تنتجه وتقدمه الإذاعة، فقد زاد اهتمام المشتغلين بالإذاعة بدراسة عقلية ونفسية جمهور المستهلكين ليستطيعوا أن يقدموا له ما يرضيه ويقبل على سماعه.

يقول الخبراء: إن الحالة السيكولوجية العامة للمستمعين ومشاكلهم النفسية تلعب دوراً كبيراً في مدى إقبال المستمعين على الاستماع إلى جهاز الإذاعة، كما أن الدعاية لها أثر فعال عندما لا يكون المستمع هادئ التفكير.

وأصبح الجري وراء أكبر عدد من المستمعين هو العامل المسيطر على عقلية المشتغلين بالإذاعة الذين يتطلعون دائماً إلى أن يصل إنتاجهم إلى أكبر عدد من الجماهير، أما إذا فشل هؤلاء الإذاعيون في ذلك فإن خيبة أمل تصيبهم، وقد يدفعهم ذلك إلى البحث عن تبريرات سهلة لهذا الفشل، ثم إن العلاقة بين الجماهير والبرامج الإذاعية ليست علاقة الاستماع فقط، فهناك برامج إذاعية يعتبر الجمهور عنصراً في ذاتها، يشترك في تكوينها بنفسه، فيقوم بكتابة المادة وإعدادها وتقديمها بأصوات أفراد منه.

إن الإذاعة سلاح من أخطر أسلحة الدعاية، لا غني لها عن القوة الهائلة التي تطلق حكمتها لتشق طريقها عبر الأثير المزدحم بمئات الموجات الإذاعية لتصل إلى جمهور المستمعين عزيزة بقوتها وسلامتها لا ذليلة بضعفها وتشويهها، وكلمة الحق لا قيمة لها إن لم تجد من يسمعها، والمستمع يجذبه المظهر قبل الجوهر فهو لن يستمع إلا إلى ما يفرض نفسه عليه بقوته ووضوحه أولاً، ثم بجودته وجمال مادته ثانياً، وهذه الحقائق لم تغب عمن يقومون بإنشاء محطات الإذاعة. لذا نرى هذا التسابق الشديد بين الدول لتطوير وتقوية إذاعتها، ووسيلة الإذاعة إلى القوة هي محطات الإرسال ذات القدرات العالية والجهد العالي، فالقدرات ضرورية لكلا الموجتين المتوسطة والقصيرة.

تقوية الموجة المتوسطة يجعلها تصل إلى المستمعين، وبمجرد تحريك المؤشر بسهولة ويسر لأن مجال الموجة في المذياع أوسع، لا يحتاج معرفتها إلى عناء، حيث يلتقط الصوت بمجرد وصول المؤشر لبداية المنطقة أو المسافة التي تشغلها هذه الموجة على لوحة المحطات التي يتحرك عليها المؤشر، وهذا بخلاف الموجات القصيرة التي يكون مجالها على اللوحة في المذياع حاد قد يصعب الوصول إليه، إذ يحتاج البحث عنه إلى

وقت عناء، الأمر الذي يدفع الكثيرين من بين الراغبين في سماعها إلى التخلي عنها والتوقف في البحث عنها.

والموجات القصيرة هي المستعملة للإذاعات الموجهة ذلك أن لها قدرة على تخطي المسافات وهو ما تعجز عنه الموجات المتوسطة التي تتأثر قوتها بما يعترض طريقها من غابات وجبال وصحارى ومحيطات وبحار.

شروط نجاح الوسيلة الاتصالية

يجب على كل من يعمل في الإذاعة أن يعرف ثوابت تتعلق بنجاح الإذاعة أو البرنامج، وهناك أستاذ في جامعة "هيل" بأمريكا نشر بحثاً علمياً قال فيه: الوظائف العلمية لتكوين وسائل الاتصال بالجماهير تتوقف على الرد على مجموعة من الأسئلة، وهذه الأسئلة هي كالتالي:

1. من القائل؟ والقائل يختلف من شخص إلى آخر، فقد يكون زعيماً له وزنه أو له اعتبار، حيث إن الأحداث تنسب دائماً لأصحابها.
2. ما هدف القائل من رسالته؟ حيث يهمنا أن نعرف من هم الناس الذين يحاول أن يصل إليهم القائل.
3. ماذا قال المرسل في رسالته؟
4. ما الأثر الذي تبقي في وجدان المستقبل من الرسالة.

وبحوث المستمعين تعنى بالوقوف على البيانات الصحيحة بالنسبة لمدى سماع البرامج، حيث يتحتم مراعاة ما يلي:

1-أثر صوت المتحدث.

2-ظروف الاستماع: في البيت أو مكان عام... إلخ.

3-أوقات السماع.

4-نفس عدد المستمعين.

5-مدى الفهم.

6-اختيار البرنامج.

7-اختيار المستمع.

ومن شروط الاستماع أن يكون المرسل متصفاً بما يلي:

1- سلامة النطق.
2- القدرة على التعبير.
3- أن يوحي بالثقة.
4- مظهره مقبول.
5- تحاشي طول الجمل.
6- الأسلوب الخاص بمستوى المستمع.
7- لمن ترسل الرسالة: هل هي لمستمع الإذاعة أم لمشاهد التلفزيون، حيث يجب أن تراعى احتياطات المستمع حيث يتأثر أكثر كلما أستمع للشيء الذي يريده.

المصادر والمراجع

المصـــادر والمراجـــع

1-الدكتور عبد العزيز شرف "فن التحرير الإعلامي" -.1980

2-هودلي كانتريل "قياس الرأي العام"-.1996

3-فرند بوند "مدخل إلى الصحافة" ترجمة راجي صهيون-.1994

4-كوندراتوف "الأصوات والإشارات" ترجمة شوقي جلال -.1999

5-جيمس هنري بريستد "انتصار الحضارة" ترجمة أحمد فخري -.2001

6-غوستاف لوبون "الحضارة المصرية" ترجمة صادق رستم-.2002

7-د. إبراهيم إمام "الإعلام والاتصال بالجماهير"-.1996

8-د. إبراهيم إمام "دراسات في الفن الصحفي"-.1998

9-د. زيـدان عبـد البـاقي "وسـائل وأسـاليب الاتصـال في المجـالات الاجتماعيـة والتربوية والإدارية والإعلامية"-.2000

10-محمد إسماعيل محمد "الكلمة المذاعة"-.2001

11-عبد اللطيف حمزة "المدخل في فن التحرير الصحفي"-1991.





المتخصصون في الكتاب الجامعي الأكاديمي العربي والأجنبي

دار زهران للنشر والتوزيع

تلفاكس : ٠٠٩٦٢٦٥٣٣١٢٨٩ ص.ب. : ١١٧٠ عمان -الرمز البريدي : ١١٩٤١ الأردن

Email: zahran.publishers@gmail.com www.darzahran.net